



# Leadership et proximité

Rapport d'activité  
et de responsabilité d'entreprise 2008

**REXEL**

ELECTRICAL SUPPLIES

# ← Leadership →

Acteur mondial de la distribution de matériel électrique, Rexel met son leadership au service d'un progrès durable. À l'écoute des marchés du résidentiel, de l'industrie et du tertiaire, Rexel élabore et diffuse les solutions électriques les plus innovantes et performantes. Toujours en mouvement, Rexel consolide sans cesse son assise internationale, un atout essentiel pour déployer sa force commerciale, optimiser son organisation logistique et renforcer ses partenariats avec les fabricants. Son leadership mondial lui permet de capter les potentiels de croissance de ses marchés et d'enrichir les expertises de ses équipes, servant ses clients avec une longueur d'avance. Ainsi chaque année, Rexel crée de la valeur pour l'ensemble de ses parties prenantes.

## 13 Stratégie

- 14 Message de Roberto Quarta
- 16 Entretien avec Jean-Charles Pauze
- 19 Gouvernement d'entreprise
- 20 Comité exécutif
- 22 Stratégie
- 24 Chiffres clés

## 27 Activités

- 28 Enseignes du Groupe
- 29 Proximité : les trois marchés
- 37 Leadership : les atouts de Rexel



# Proximité



**Acteur local et responsable, Rexel accélère le développement de ses clients.**

Interlocuteur privilégié de ses clients installateurs et grands comptes, Rexel relève avec eux les défis propres à leurs activités en anticipant sans cesse leurs besoins, et en agissant en partenaire proactif. Animé par l'esprit d'entreprise de ses équipes, Rexel affine en permanence ses offres sectorielles, conçoit de nouveaux services sur mesure et propose des canaux de distribution toujours plus proches des clients. À l'écoute de ses marchés locaux, Rexel accélère la mise à disposition des innovations à travers un réseau multi-canal, multi-enseigne et des services qu'il adapte de manière pragmatique dans un objectif de croissance durable et rentable. Ainsi, Rexel, ses clients, partenaires, collaborateurs et actionnaires avancent ensemble.

**45**

## Responsabilité

- 46 Responsabilité économique
- 48 Responsabilité sociale
- 51 Responsabilité sociétale
- 52 Responsabilité environnementale
- 54 Relations actionnaires
- 56 Indicateurs sociaux et environnementaux

**57**

## Comptes consolidés

# Un groupe en évolution

Rexel est un accélérateur de progrès électrique. À travers ses réseaux de distribution dédiés aux professionnels du bâtiment et des infrastructures, Rexel favorise la diffusion de solutions électriques toujours plus innovantes pour améliorer le confort, la sécurité et les économies d'énergie. Rexel contribue ainsi à un développement économique durable à l'échelle mondiale.

Multi-spécialiste, son dispositif commercial s'adapte aux attentes de ses clients. Rexel sert les besoins de l'industrie, du tertiaire et du résidentiel, avec des solutions sectorielles d'offres et de services différenciées. La flexibilité de son modèle d'entreprise lui donne la possibilité de saisir toutes les opportunités de croissance organique du marché de l'électricité.

En 2008, Rexel a augmenté sa taille d'un tiers. L'intégration des activités européennes du groupe Hagemeyer lui permet de tirer parti de son nouvel équilibre géographique et sectoriel, et renforce ses positions sur les marchés les plus porteurs.

 N°2 en Europe

1 430 agences

19 900 collaborateurs

Allemagne	Hongrie	Pays-Bas
Autriche	Irlande	Pologne
Belgique	Italie	Portugal
Espagne	Lettonie	République Tchèque
Estonie	Lituanie	Royaume-Uni
Finlande	Luxembourg	Russie
France	Norvège	Slovaquie
		Slovénie
		Suède
		Suisse

 N°1 en Amérique du Nord

650 agences

8 800 collaborateurs

Canada  
États-Unis

 N°1 en Asie-Pacifique

310 agences

2 800 collaborateurs

Australie  
Chine  
Indonésie  
Malaisie  
Nouvelle-Zélande  
Singapour  
Thaïlande

Autres

80 agences

1 600 collaborateurs

Chili  
Activités ACE,  
Conectis...

# Leader de son secteur et proche de ses clients

# 13,7

milliards d'euros  
de chiffre d'affaires 2008 pro forma\*

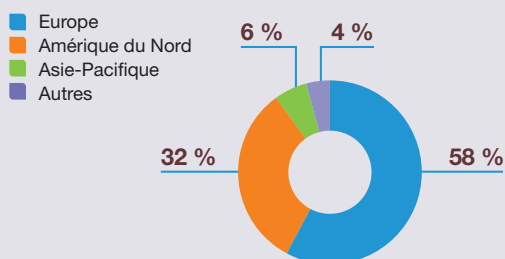
34 pays

Plus de 40 enseignes

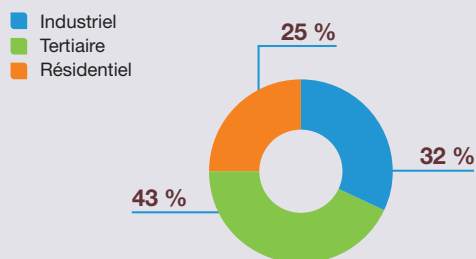
2 470 agences

33 100 collaborateurs

Chiffre d'affaires 2008 pro forma\*  
par zone géographique



Chiffre d'affaires 2008  
par marché



## Des marchés en forte croissance...

Le développement de grands projets  
à travers le monde

L'amélioration de la performance  
énergétique des bâtiments

L'essor des énergies renouvelables

Les besoins croissants de services  
à forte valeur ajoutée

\* Pro forma 2008 : comme si l'acquisition de Hagemeyer, l'échange d'actifs avec Sonepar et la cession d'activités de distribution de matériel électrique de Hagemeyer en Irlande avaient été réalisés au 1<sup>er</sup> janvier 2008.





## Un monde à équiper

Réaliser des équipements de grande dimension, piloter des équipes multi-culturelles, assurer une logistique de qualité et de quantité, adapter les réponses aux spécificités locales : tels sont les défis des grands projets d'infrastructures tertiaires, minières et pétrolières. En 2008, la part allouée au matériel électrique pour ces chantiers était estimée à 3,6 milliards d'euros par an\*.

\* Chiffres d'affaires cumulés des sept plus importants cabinets d'ingénierie.



## Un partenariat sur la durée

Gérés par des cabinets d'ingénierie spécialisés, les grands projets impliquent l'intervention de distributeurs internationaux capables de s'adapter en termes de logistique, d'organisation et de service. Pour ces chantiers qui durent souvent plusieurs années, Rexel déploie des équipes dédiées qui travaillent en relation étroite avec les maîtres d'œuvre.

## Accompagner les grands projets de nos clients

La force de Rexel réside dans sa capacité à accompagner ses clients dans leurs grandes réalisations avec la même qualité de service, quel que soit le lieu, pour la coordination du projet et l'assistance technique. Sur les chantiers, Rexel garantit une rapidité d'intervention et une présence continue. Ainsi, les équipes Grands Projets du Groupe ont participé pour le compte d'un important cabinet d'ingénierie à l'installation d'une des plus grandes mines d'argent du monde dans le sud de la Bolivie.





## La protection de l'environnement : un enjeu mondial

Le bâtiment consomme à lui seul près de 60 % de la production électrique mondiale. Stimulée par les nouvelles réglementations et par l'innovation, l'efficacité énergétique des installations est devenue un enjeu majeur notamment dans le secteur du bâtiment ; ces objectifs appellent des réponses globales associant gestion de l'éclairage, génie climatique et domotique, ouvrant de nouveaux marchés au secteur de la distribution de matériel électrique.





### **Une expertise pour économiser l'énergie**

Rexel s'engage à apporter à ses clients, constructeurs des programmes immobiliers, installateurs électriciens et thermiciens, des solutions qui visent à réduire la consommation d'énergie dans les bâtiments. Dans tous ces métiers, les technologies et les équipements évoluent rapidement ; le distributeur joue ainsi pleinement son rôle de conseil et de préconisation de solutions éco-performantes.

## **Optimiser** l'efficacité énergétique des bâtiments

Rexel innove et enrichit chaque année son offre de solutions d'équipements électriques. Le Groupe déploie un dispositif complet associant conseil dans le choix des produits, audits, solutions clés en main et assistance d'experts. Après un important contrat hôtelier aux États-Unis, le groupe américain *Las Vegas Sands* a confié à Rexel une mission d'audit énergétique et de fourniture globale d'équipements d'éclairage pour son nouvel hôtel de 3 000 chambres *The Venetian* à Macao.



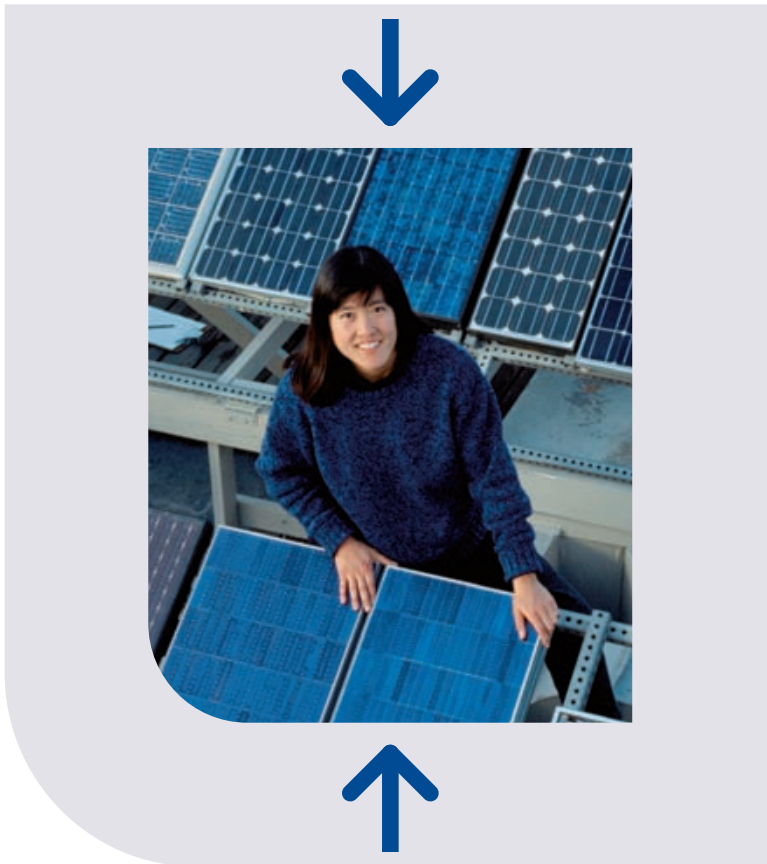


## Des mutations énergétiques indispensables

Ces dernières années, les projets d'infrastructures dans le secteur des énergies renouvelables (éolien, solaire, géothermie, etc.) se développent rapidement et bénéficient d'incitations gouvernementales et de nouvelles réglementations. D'ici 2011, par exemple, 90 GW supplémentaires seront installés dans l'éolien à travers le monde, notamment en Europe, aux États-Unis et en Chine.







## Sensibiliser et accompagner

Dans l'éolien, les six plus grands fabricants mondiaux de turbine représentent à eux seuls 75 % du marché. Rexel fournit le matériel électrique pour tout ou partie de l'installation. Les fabricants et installateurs de panneaux photovoltaïques, quant à eux, sont des entreprises de tailles plus variées, mais tous exigent l'expertise, la logistique et la fiabilité d'un distributeur de premier plan.

## Développer les énergies renouvelables

Dans le solaire, comme dans l'éolien, l'expertise de ces nouveaux environnements est déterminante pour apporter sur la durée des prestations de qualité, tant pour l'installation que pour la maintenance. Rexel France a développé son activité de génie climatique utilisant les énergies renouvelables. Désormais, près de cent agences proposent des solutions économiques et écologiques (chauffe-eau solaires, pompes à chaleur, etc.) dans le marché résidentiel du neuf comme dans celui de la rénovation.





## Maintenance préventive et rationalisation

Plus que jamais, les industriels sont soucieux de la productivité et de la rentabilité de leurs outils de production. Lors d'une panne, l'absence de la pièce de remplacement peut avoir des conséquences économiques désastreuses. De la même façon, le stockage de matériel obsolète ou en trop grande quantité s'avère très coûteux. L'expertise conjointe du client et d'un professionnel de la distribution de matériel électrique est un facteur clé pour assurer le fonctionnement optimal des infrastructures.





### **Un accompagnement de la performance**

La performance est la préoccupation majeure des services achats et des responsables maintenance des sites industriels. Ils recherchent des solutions d'approvisionnements fiables et économiques que Rexel sait organiser grâce à sa forte capacité à intégrer les process et les systèmes de ses clients.

## **Proposer** des services à forte valeur ajoutée

Rexel accompagne ses grands clients industriels sur la durée, en développant avec eux des systèmes d'approvisionnement qui participent à leur création de valeur : la dématérialisation des flux d'informations, la sous-traitance de la gestion des stocks, la maîtrise des coûts induits sont des fonctions incontournables que Rexel propose et valorise. Aux États-Unis, avec Oasis Pro®, Rexel a développé pour ses clients un logiciel entièrement dédié à la gestion des stocks.



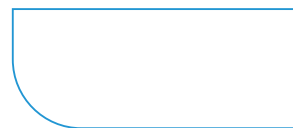
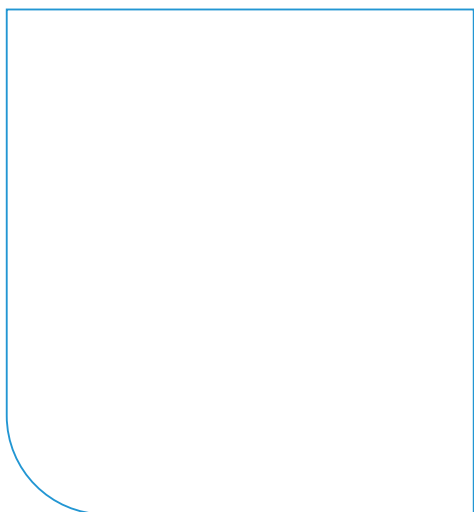


## Nos managers sont aussi des entrepreneurs

Chez Rexel, chaque collaborateur est un acteur de notre performance. En relation quotidienne avec nos clients, les équipes projets optimisent la présence du Groupe dans chaque région du monde, adaptent les structures aux opportunités et pilotent la rentabilité de leurs activités.

# Stratégie

Rexel conduit depuis plusieurs années la transformation de son secteur en mettant son **leadership** au service d'une démarche de **proximité** sur ses marchés. L'intégration en 2008 des actifs européens de Hagemeyer lui offre une plateforme de création de valeur renforcée et permet au Groupe d'équilibrer ses positions à travers le monde. Plus résistant dans un environnement économique instable, Rexel mobilise aujourd'hui l'ensemble de ses forces pour exploiter tous les gisements de croissance structurelle du marché de l'électricité.



# Roberto Quarta

Président du Conseil de surveillance

Nous traversons actuellement une crise mondiale de grande ampleur. Touchant progressivement le segment de la construction résidentielle, puis le tertiaire et l'industrie, la dégradation des marchés finaux a pénalisé l'activité du Groupe. Le retournement a été particulièrement sensible au 4<sup>e</sup> trimestre 2008 et le recul s'est poursuivi sur les premiers mois de 2009.

## Un modèle économique efficace

Dans ce contexte difficile, je tiens à souligner la résistance et l'efficacité du modèle économique de Rexel qui a pleinement bénéficié de sa puissance de groupe leader sur son marché et du dynamisme de ses équipes.

Rexel a ainsi été capable de réagir rapidement par la mise en œuvre de plans d'adaptation, notamment en réduisant ses coûts et en réaffectant ses ressources sur les marchés les plus porteurs.

Dans le même temps, l'intégration de Hagemeyer a permis au Groupe de tirer parti de son nouvel équilibre géographique et sectoriel ; son renforcement sur les marchés à plus forte rénovation et maintenance est plus que jamais attractif et les synergies anticipées sont au rendez-vous. L'ensemble de ces facteurs font que Rexel a gagné des parts de marché dans de nombreux pays.



← Nous avons élaboré **une stratégie claire, définie autour de priorités opérationnelles** qui devraient nous permettre de sortir renforcés de cette crise →

### Poursuivre le désendettement

Mon autre motif de satisfaction est la confirmation de la capacité du Groupe à dégager un cash flow élevé. Rexel a réaffirmé sa détermination à poursuivre dès 2009 son désendettement en continuant à se focaliser sur le besoin en fonds de roulement, en réduisant de 25 % ses investissements et en suspendant le versement d'un dividende.

L'évolution du cours de l'action en 2008 traduit plus la détérioration des perspectives macroéconomiques que la valeur intrinsèque de l'entreprise, et ce bien que Rexel fasse partie de ceux dont les résultats ont bien résisté. Après avoir légèrement révisé ses perspectives de chiffre d'affaires 2008 en novembre dernier, le Groupe a tenu son objectif de rentabilité stabilisé à 5,4 % des ventes.

Je salue la qualité du pilotage de l'entreprise et l'aptitude de son équipe dirigeante à réagir promptement aux évolutions incertaines des marchés. Nous avons élaboré et présenté une stratégie claire, définie autour de priorités opérationnelles qui devraient nous permettre de sortir renforcés de cette crise, malgré un environnement instable.

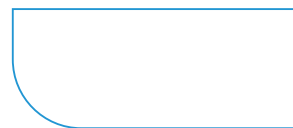
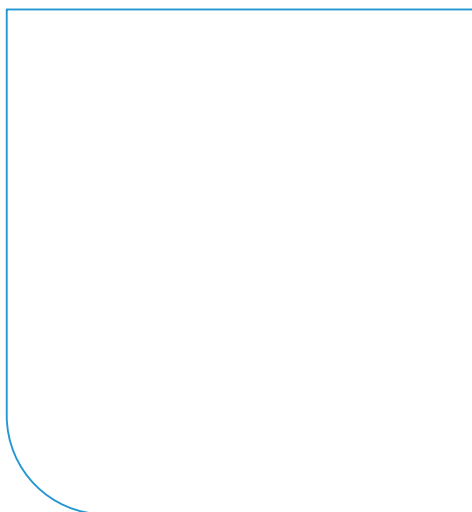
Les efforts consentis pour développer certains segments de croissance organique ciblés, en particulier dans le domaine des économies d'énergie, seront synonymes de croissance à moyen terme. En faisant aujourd'hui évoluer son offre vers plus de services à valeur ajoutée, nous sommes certains que Rexel s'engage sur une stratégie porteuse d'avenir pour l'ensemble de ses parties prenantes. En conduisant depuis plusieurs années la transformation du secteur de la distribution professionnelle de matériel électrique, Rexel a prouvé sa capacité à créer de la valeur. Le Conseil de surveillance et moi-même sommes très confiants dans la solidité et dans l'avenir de Rexel.



Rexel a réaffirmé sa détermination à **poursuivre son désendettement** en 2009







# Jean-Charles Pauze

Président du Directoire

## Quel a été l'impact de la crise économique sur les résultats du Groupe en 2008 ?

Grâce à la flexibilité de notre modèle d'entreprise, 2008 a été une année de performance autant que de résistance pour Rexel. Le Groupe a amélioré son taux de marge brute de 20 points et a maintenu un résultat opérationnel courant de 699 millions d'euros, soit 5,4 % des ventes, en ligne avec nos objectifs. Parallèlement, la réduction du besoin en fonds de roulement a engendré une forte progression de notre flux de trésorerie (+ 17,7 %), ce qui nous permet de poursuivre notre désendettement.

Ces performances reflètent la pertinence du modèle de Rexel, le Groupe ayant maintenu sa rentabilité malgré le recul de son chiffre d'affaires. Sa stratégie active dans l'environnement actuel et sa structure financière positionnent Rexel pour bien résister, ce d'autant plus qu'en 2008 le Groupe a continué à s'adapter et à se transformer.

## En 2008, Rexel a augmenté sa taille d'un tiers en réalisant l'acquisition de la plupart des activités européennes de Hagemeyer. Tout en pilotant l'intégration de ces nouveaux actifs, quelles actions avez-vous menées pour maintenir la performance du Groupe dans ce contexte de forte dégradation économique ?

Rexel a procédé à une première phase d'intégration financière et managériale de Hagemeyer en moins de six mois, réalisant d'importantes synergies de coûts, en ligne avec l'objectif annoncé pour cette opération (de l'ordre de 50 millions d'euros par an à l'horizon 2011).

Parallèlement, notre priorité a été de protéger les marges en renforçant le contrôle de l'ensemble de nos coûts. Très tôt, nous avons pris des mesures pour rationaliser nos contrats de transports et d'immobilier, et pour réduire nos effectifs. Cela a notamment impliqué des fermetures d'agences. Ainsi, au quatrième trimestre 2008, les frais administratifs et commerciaux ont été abaissés de 3,3 %.

← 2008 a été une année de **performance** autant que de **résistance** →



Face à une conjoncture très incertaine, nous avons lancé un **plan d'économies de 110 M€**



La crise nous a aussi conduits à réfléchir à l'adaptation de notre modèle dans les pays les plus impactés où nous avons procédé à une profonde restructuration de notre organisation. Je tiens également à souligner notre aptitude à poursuivre l'optimisation de nos leviers opérationnels (supply chain, achats, etc.) dans toutes les zones géographiques. Toutes ces actions s'inscrivent pleinement dans notre stratégie de croissance rentable. Celle-ci s'appuie sur l'amélioration permanente de notre structure de coûts, de la productivité des réseaux, et de la rentabilité du Groupe.

#### **L'acquisition d'Hagemeyer a accru la dette nette du Groupe de 1,7 milliard d'euros. Depuis, où en êtes-vous dans vos objectifs de réduction de l'endettement ?**

Après la finalisation de l'acquisition de Hagemeyer au 30 juin, nous nous sommes engagés dans une stratégie de réduction de notre endettement. Celui-ci a baissé de près de 215 millions d'euros au dernier semestre 2008, grâce notamment à l'amélioration du besoin en fonds de roulement. Au 31 décembre, l'endettement net du Groupe s'élevait à 2,9 milliards d'euros, en ligne avec nos objectifs.

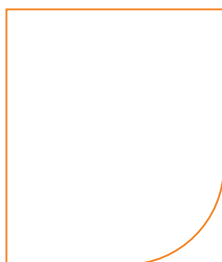
Nous disposons aujourd'hui d'une liquidité disponible de 1,3 milliard d'euros, presque deux fois supérieure à nos échéances de remboursement d'ici fin 2011. Toutefois, dans le contexte actuel, il nous paraît prudent de conserver une flexibilité financière optimale. C'est pourquoi, nous avons décidé de suspendre le versement de dividendes au titre de 2008. Nous demandons un effort important à nos actionnaires, mais nous sommes convaincus que cette décision se révélera dans l'avenir porteuse de valeur pour l'ensemble de nos parties prenantes.

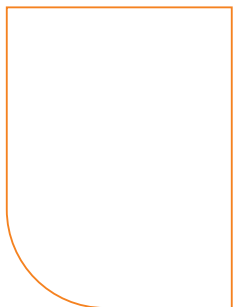
#### **Le Groupe a réduit ses effectifs de 6 % en 2008. Quelles ont été les régions concernées par ces mesures ?**

Tous les pays sont touchés par le ralentissement de l'activité, mais l'ajustement des effectifs a surtout concerné l'Amérique du Nord où nous avons réduit nos effectifs de 9,2 % au cours de l'exercice. L'Europe a également vu la fermeture de 64 agences dans les territoires où la conjoncture économique est la moins favorable, principalement au Royaume-Uni et en Espagne où les effectifs ont respectivement diminué de 10 % et 11 %.

#### **Comment comptez-vous soutenir la performance du Groupe en 2009 ?**

Face à une conjoncture très incertaine et pour anticiper une baisse probable de nos volumes de ventes, nous allons accentuer nos efforts consentis depuis 2007 pour réduire nos coûts. Ainsi nous avons lancé un plan d'économies de 110 millions d'euros. Notre aptitude à réagir vite a été déterminante jusqu'à maintenant et je me félicite de l'efficacité de notre organisation et de nos outils qui permettent un pilotage de la performance en prise directe avec l'évolution de chacun de nos marchés et de nos territoires. Malgré une situation fortement dégradée en 2009, la flexibilité de notre modèle et notre réactivité nous permettront de suivre les trois priorités que Rexel s'est fixées : protéger nos marges, poursuivre notre désendettement et préparer l'avenir en nous donnant les moyens de saisir toutes les opportunités de croissance organique.





### Quels sont les moteurs de la croissance du Groupe ?

Depuis toujours, Rexel fonde son développement sur la combinaison de son leadership et de la proximité qu'il entretient avec ses clients et ses marchés. Grâce à ces deux composantes fondamentales de notre modèle, nous développons un dispositif efficace pour apporter des solutions adaptées à chaque marché et en saisir tous les potentiels de croissance. Par exemple, nous enrichissons nos expertises pour accompagner les grands projets dans les secteurs de l'énergie et des infrastructures.

Plus généralement, la distribution de matériel électrique présente de bonnes perspectives de croissance intrinsèque à moyen terme. L'épuisement annoncé des ressources fossiles, l'incertitude sur leur prix et la prise de conscience mondiale en faveur de l'environnement accélèrent la demande en matière d'énergie renouvelable et d'économie d'énergie. Pour répondre à ces tendances, le secteur de l'électricité se renouvelle, développe de nouveaux produits et des applications innovantes. Rexel est particulièrement bien positionné pour accélérer leur diffusion et capter les gisements de croissance du marché de l'électricité.

### Pensez-vous que le potentiel de croissance de votre secteur vous permettra de vous affranchir des effets de la crise en 2009 ?

2009 sera une année très difficile. Nous anticipons une baisse de notre chiffre d'affaires sous l'effet combiné d'un ralentissement du volume des ventes et de la réduction du prix des câbles en cuivre. Toutefois, à moyen terme, nous pouvons compter sur la croissance organique de segments en développement tels que les solutions d'efficacité énergétique et le dynamisme des projets gouvernementaux et institutionnels.

La crise va également stimuler la recherche de productivité chez nos clients. En tant que leader mondial de la distribution de matériel électrique au service des entreprises, nous sommes bien placés pour faire le lien entre les besoins d'économies, l'innovation de l'ingénierie électrique, et les évolutions réglementaires en matière de développement durable et de sécurité. C'est notre mission et nous renforçons nos services à forte valeur ajoutée et nos équipes en ce sens.

### Qu'attendez-vous justement des équipes Rexel en ces temps perturbés ?

Je tiens tout d'abord à les remercier car la bonne résistance du Groupe en 2008 a reposé sur leur capacité d'adaptation et de prise d'initiatives. La forte instabilité des marchés financiers en fin d'année nous a conduits à suspendre le plan d'actionnariat salariés, mais je tiens à confirmer notre volonté d'associer l'ensemble de nos collaborateurs à la performance du Groupe dès que les conditions seront à nouveau réunies.

Les défis que nous devons relever en 2009 vont nous inciter à être encore plus proactifs. Grâce à l'expérience et l'engagement de tous nos collaborateurs, je suis confiant dans la capacité de Rexel à sortir renforcé du contexte économique actuel.

← Rexel est particulièrement bien positionné pour **capter les gisements de croissance** du monde électrique →



# Le gouvernement d'entreprise

Rexel est une société anonyme à Directoire et Conseil de surveillance lui permettant de faire appel public à l'épargne et de distinguer les fonctions de gestion et de contrôle dévolues respectivement au Directoire et au Conseil de surveillance.

(En avril 2009)

## Le Directoire

- **Jean-Charles Pauze**  
Président du Directoire
- **Michel Favre\***  
Directeur Finances,  
Contrôle et Juridique, Groupe
- **Pascal Martin**  
Directeur Opérations  
et Développement, Groupe
- **Jean-Dominique Perret**  
Directeur des Ressources  
Humaines Groupe,  
Délégué Groupe Amérique latine

\* Le Conseil de surveillance de Rexel devrait nommer Michel Favre membre du Directoire fin mai 2009.

## Le Conseil de surveillance

### Président

- Roberto Quarta

### Vice-Président

- Patrick Sayer

### Membres

- Joe Adorjan\*
- François David\*
- Eurazeo représenté par Marc Frappier
- Fritz Fröhlich\*
- Luis Marini-Portugal
- David Novak
- Guido Padovano
- Joseph L. Rice
- Matthew Turner

\* Membre indépendant.

## Commissaires aux comptes

### Les titulaires

- Ernst & Young Audit
- KPMG Audit

### Les suppléants

- M. Gabriel Galet
- SCP Jean-Claude André et Autres

## Les comités du Conseil de surveillance

### Comité d'audit

Le comité d'audit est composé de Fritz Fröhlich (son Président), Joe Adorjan, Luis Marini-Portugal, David Novak et Matthew Turner. Il a notamment pour missions de veiller à l'exactitude et à la sincérité des comptes sociaux et consolidés, et d'émettre des recommandations dans les domaines financiers, comptables et du contrôle interne. Il s'est réuni cinq fois au cours de l'exercice 2008.

### Comité des nominations

Le comité des nominations est composé de Patrick Sayer (son Président), Fritz Fröhlich, Guido Padovano et Roberto Quarta. Il a pour missions principales d'émettre des avis sur l'opportunité des nominations, révocations/licenciements des membres du Directoire, du comité exécutif et du Conseil de surveillance et de s'assurer que les critères d'indépendance des membres indépendants du Conseil de surveillance sont effectivement réunis. Il s'est réuni deux fois au cours de l'exercice 2008.

### Comité des rémunérations

Le comité des rémunérations est composé de Guido Padovano (son Président), Joe Adorjan, François David, Luis Marini-Portugal, et Roberto Quarta. Il a pour missions principales d'effectuer toute recommandation ou émettre tout avis sur la rémunération des membres du Directoire et du comité exécutif ainsi que sur la politique d'attribution de stock-options et d'actions gratuites. Il s'est réuni cinq fois au cours de l'exercice 2008.

### Comité stratégique

Le comité stratégique est composé de David Novak (son Président), Joe Adorjan, François David, Patrick Sayer et Matthew Turner. Il a pour missions principales d'émettre des avis destinés au Conseil de surveillance sur les projets de plans stratégiques et budgets annuels ainsi que sur tout projet stratégique pour le Groupe (tels que acquisitions, cessions ou investissements). Il s'est réuni trois fois au cours de l'exercice 2008.

Le règlement du Conseil de surveillance est consultable sur le site internet [www.rexel.com](http://www.rexel.com)



## Le comité exécutif

Le comité exécutif assiste étroitement le Directoire pour la gestion des activités du Groupe. Il réunit tous les deux mois les directeurs généraux de zone géographique, le directeur de la communication et du développement durable et les membres du Directoire de Rexel. Le comité exécutif est une instance privilégiée de réflexion stratégique, de coordination des initiatives, de suivi des performances et des projets transversaux, dans le respect du gouvernement d'entreprise du Groupe.

1 **Chris Hartmann**  
Directeur général de International  
Electric Supply Corp. (Rexel USA)

2 **Henri-Paul Laschkar**  
Directeur général  
Royaume-Uni et Irlande

3 **Hubert Salmon**  
Directeur général  
Asie-Pacifique

4 **Jean-Charles Pauze**  
Président du Directoire



7



8



9



10



11



12



13

**5 Jean-Dominique Perret**

Membre du Directoire, Directeur des Ressources Humaines Groupe, Délégué Groupe Amérique latine

**6 Jeff Hall**

Directeur général Canada

**7 Jérémie de Brabant**

Directeur général de Rexel, Inc.

**8 Pascal Martin**

Membre du Directoire, Directeur Opérations et Développement, Groupe

**9 Mitch Williams**

Directeur général de Gexpro

**10 Laetitia Olivier**

Directeur de la Communication et du Développement durable

**11 Werner Hardt**

Directeur général Europe du Nord et Grands Comptes Européens

**12 Michel Favre\***

Membre du Directoire, Directeur Finances, Contrôle et Juridique, Groupe

**13 Patrick Bérard**

Directeur général France et Europe Continentale Sud

\* Le Conseil de surveillance de Rexel devrait nommer Michel Favre membre du Directoire fin mai 2009.



# Priorité à la croissance organique rentable

En 2009, Rexel s'est fixé trois priorités : protéger sa rentabilité, réduire son endettement et développer son activité en exploitant tous les gisements de croissance.

## Renforcer le leadership du Groupe

Leader mondial sur un secteur structurellement porté par le besoin de renouvellement des sources d'énergie et le développement de nouvelles applications électriques, Rexel s'est toujours positionné de façon à capter ces gisements de croissance sur le moyen et le long terme. Grâce à sa stratégie commerciale associée à une politique d'acquisitions à la fois transformantes (Gexpro, Hagemeyer) et sélectives, le Groupe s'est renforcé dans de nombreux secteurs et zones géographiques. Il consolide son leadership et développe la proximité qu'il entretient avec ses clients à travers le monde.

## Trois priorités pour 2009

Compte tenu de la forte dégradation de l'environnement économique, Rexel s'est fixé **trois priorités en 2009 pour renforcer sa capacité de résistance et préparer l'avenir** : protéger sa rentabilité, poursuivre son désendettement et continuer à anticiper les opportunités de croissance organique.

1

## Préserver la profitabilité

Pour préserver sa profitabilité, le Groupe met en œuvre un certain nombre de mesures. Son nouveau plan d'économies de 110 millions d'euros va accélérer le processus de réduction des coûts engagé en 2007-2008. La poursuite de la réorganisation du modèle, notamment en Espagne et au Royaume-Uni, où l'intégration avec Hagemeyer offre de réels potentiels, s'inscrit dans cette démarche. Afin de protéger sa marge brute, le Groupe renforce les partenariats avec ses fournisseurs et conduit un ajustement réactif des prix de ventes. Levier important de la rentabilité, l'amélioration de la performance commerciale va être portée par la croissance de l'e-commerce (+ 25 % de chiffres d'affaires en 2008), des activités Grands Comptes (+ 5,5 % en 2008), et des ventes réalisées avec les marques propres de Rexel. Enfin, le Groupe peut compter sur les synergies de coûts générées par l'intégration de Hagemeyer (voir encadré).

## Intégration des entités de Hagemeyer : des synergies en ligne avec les objectifs

Cette acquisition majeure s'est accompagnée d'une politique d'intégration efficace qui permet à Rexel d'être en ligne avec ses objectifs de réalisation de synergies de coûts. Celles-ci représenteront 1,5 % du chiffre d'affaires acquis à l'horizon 2011, soit 50 millions d'euros annuels.

En 2008, les mesures d'intégration ont notamment porté sur la création d'un management unique dans les pays où les deux entreprises sont présentes, l'alignement des conditions d'achat avec les fournisseurs communs et l'optimisation des plateformes logistiques et des réseaux commerciaux.

À fin 2008, l'intégration fiscale et financière était achevée et l'intégration opérationnelle est conforme aux prévisions du Groupe. Après avoir dégagé 10,8 millions d'euros de synergies en 2008, Rexel en a déjà sécurisé 25,5 millions d'euros début 2009, soit plus de 83 % des 30 millions prévus sur cet exercice.



## Acquisitions sélectives en 2008

ABK en Australie, Beacon Electric aux États-Unis, Busbroek aux Pays-Bas, Egleys en Nouvelle-Zélande, Espace Elec et Francofa en France, et Suzhou Xidian en Chine (finalisée en février 2009).

## 2 Poursuivre le désendettement du Groupe

La poursuite du désendettement du Groupe, qui implique une optimisation de sa trésorerie, se traduit notamment par : la réduction de 25 % de ses investissements opérationnels bruts ; l'amélioration du besoin en fonds de roulement ; la suspension du paiement de dividendes sur l'exercice 2008 ; et le déploiement d'un nouveau programme de titrisation des créances commerciales des activités de Hagemeyer, remboursables en décembre 2013.

## 3 Intensifier les efforts commerciaux sur trois marchés

Porté par une vision à long terme de son secteur et fort de sa capacité à créer de la valeur à travers sa mission de distributeur, le Groupe entend également intensifier ses efforts commerciaux sur trois opportunités de marché : les grands projets et les chantiers gouvernementaux, notamment ceux liés aux plans de relance de l'économie ; les énergies renouvelables (éolien, solaire, etc.) et l'efficacité énergétique, en particulier dans le domaine de l'optimisation des systèmes d'éclairage.

## LEAD 2011 : une nouvelle dynamique interne pour la croissance organique

En donnant la priorité à la croissance organique, LEAD 2011 (Leaders Energize, Act & Deliver) ouvre de nouvelles perspectives aux équipes de Rexel. Lancé en 2008, LEAD 2011 vise trois objectifs : développer les compétences entrepreneuriales ; identifier et déployer de nouveaux axes de croissance organique structurelle qui permettront à Rexel de s'établir sur de nouveaux marchés de niche à forte rentabilité ; perfectionner les process internes.

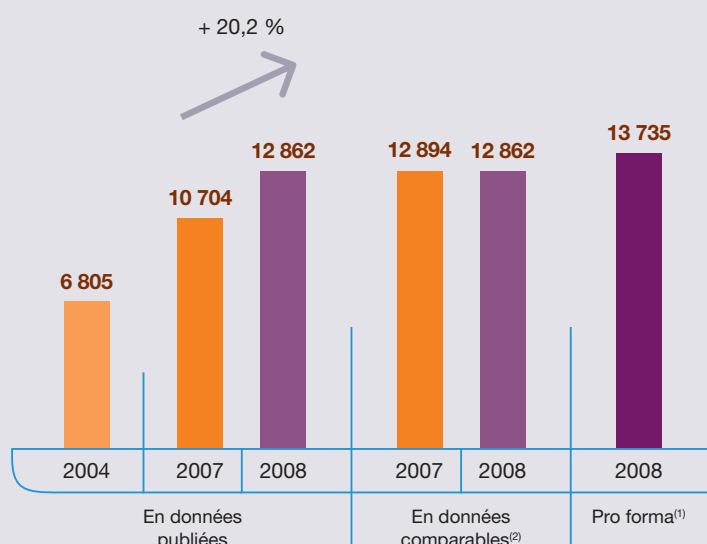
Chaque enseigne est encouragée à développer ses propres axes de croissance structurelle, à l'instar de ceux qui ont été définis au niveau du Groupe, comme les grands projets avec les cabinets d'ingénierie, l'efficacité énergétique et les énergies renouvelables.

Complémentaires des activités traditionnelles du Groupe, ces relais de croissance offrent des opportunités durables et recèlent un potentiel de vente important. Différenciants, ils génèrent également une rentabilité supérieure à celle de l'activité courante de Rexel. Bien que s'appuyant sur les expertises du Groupe déjà existantes, ils nécessitent un principe d'organisation dédié et impliquent dans la plupart des cas une évolution du modèle d'entreprise.



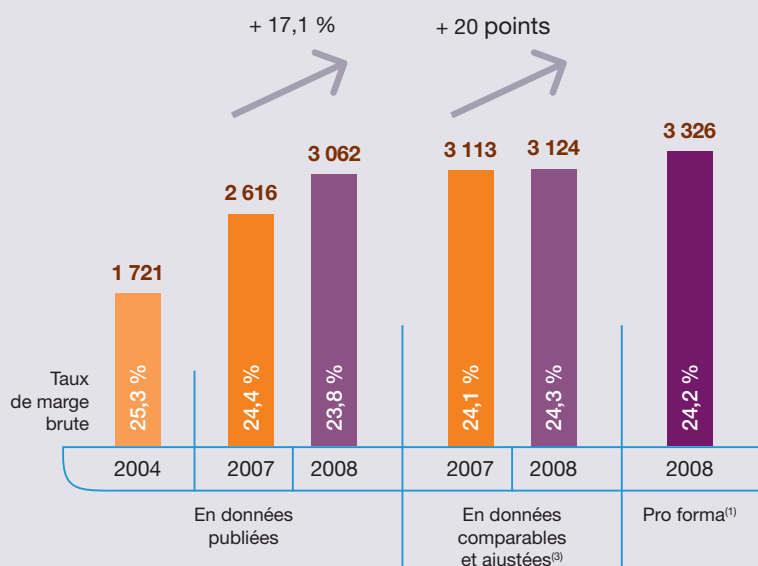
# Les résultats 2008 confirment la **solidité** du modèle économique de Rexel

L'événement majeur de l'année a été l'acquisition des activités européennes de Hagemeyer (consolidées à compter du 31 mars 2008), qui permet à Rexel d'accroître sa taille de façon significative et de renforcer ainsi son leadership au niveau mondial.



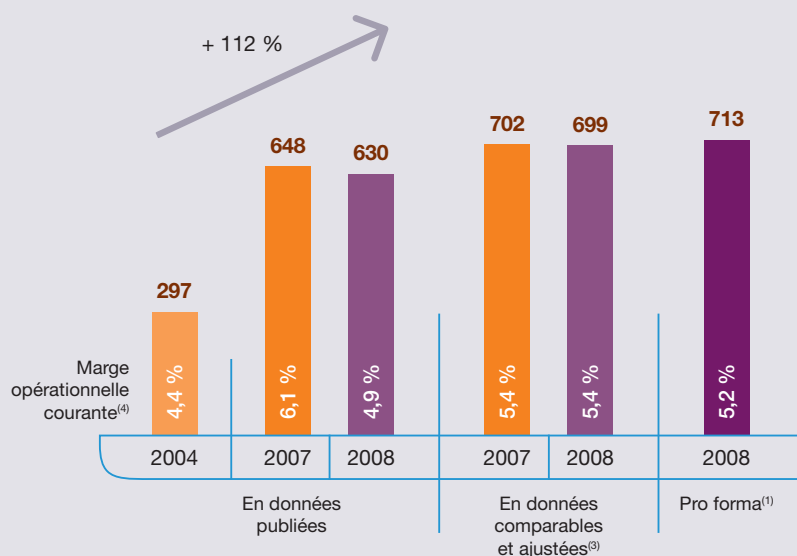
## Chiffre d'affaires consolidé (EN M€)

Le Groupe a doublé de taille en 4 ans. L'augmentation de 20,2 % des ventes constatée en 2008 reflète principalement l'acquisition des activités européennes de Hagemeyer. En données comparables<sup>(2)</sup> et à nombre de jours constant, les ventes de l'exercice 2008 s'inscrivent en retrait de 0,8 %. Le recul constaté sur l'exercice 2008 s'établit à 0,7 % en Europe et à 2,2 % en Amérique du Nord alors que dans la zone Asie-Pacifique, les ventes ont progressé de 5,9 %.



## Marge brute (EN M€ ET EN % DU CA)

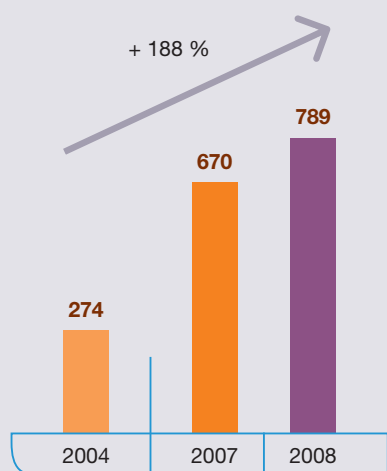
La marge brute a progressé de 17,1 % en 2008 avec un taux de marge brute en recul de 60 points de base du fait notamment de l'impact non récurrent de la baisse du prix des câbles à base de cuivre. En données comparables et ajustées<sup>(3)</sup>, le taux de marge brute progresse de 20 points de base en 2008 notamment grâce à l'optimisation de la chaîne d'approvisionnement, à une bonne gestion du mix produit et aux premières synergies d'achat résultant de l'intégration de Hagemeyer.



## Résultat opérationnel avant autres produits et autres charges – EBITA

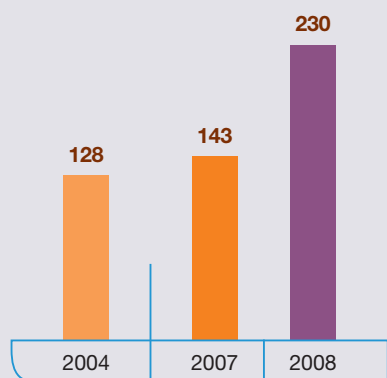
(EN M€ ET EN % DU CA)

L'EBITA a plus que doublé en 4 ans. En 2008, il s'inscrit en retrait de 2,8 % du fait de l'impact non récurrent de la baisse du prix des câbles en cuivre. En données comparables et ajustées<sup>(3)</sup>, la marge opérationnelle courante<sup>(4)</sup> est stable en 2008, à 5,4 % grâce à une bonne maîtrise des frais administratifs et commerciaux. L'accélération des mesures de réduction de coûts au quatrième trimestre démontre une forte réactivité aux évolutions rapides des conditions de marché.



## Flux net de trésorerie disponible avant intérêts et impôts (EN M€)

Le flux net de trésorerie disponible avant intérêts et impôts a progressé de 17,7 % en 2008, reflétant l'effet de l'acquisition des activités européennes de Hagemeyer, une bonne maîtrise des investissements opérationnels et une nouvelle réduction du besoin en fonds de roulement exprimé en pourcentage du chiffre d'affaires à 12,6 %, contre 13,0 % au 31 décembre 2007, en base comparable<sup>(5)</sup>.



## Résultat net part du Groupe (EN M€)

Le résultat net part du Groupe a progressé en 2008 de 61 % notamment grâce à des plus-values de cession (120 millions d'euros) et à une diminution de 109 millions d'euros des frais financiers nets<sup>(6)</sup>. Il a toutefois été affecté par la dépréciation de *goodwill* et d'actifs (97 millions d'euros) et par des coûts de restructuration (76 millions d'euros).

(1) Pro forma 2008 : comme si l'acquisition de Hagemeyer, l'échange d'actifs avec Sonepar et la cession d'activités de distribution de matériel électrique de Hagemeyer en Irlande avaient été réalisés au 1<sup>er</sup> janvier 2008, avant impact non récurrent estimé sur les stocks de câbles des variations du prix du cuivre, et avant amortissement des actifs identifiés lors de l'affectation du prix d'acquisition de Hagemeyer.

(2) Retraitées de l'effet des acquisitions, des cessions et des fluctuations de taux de change.

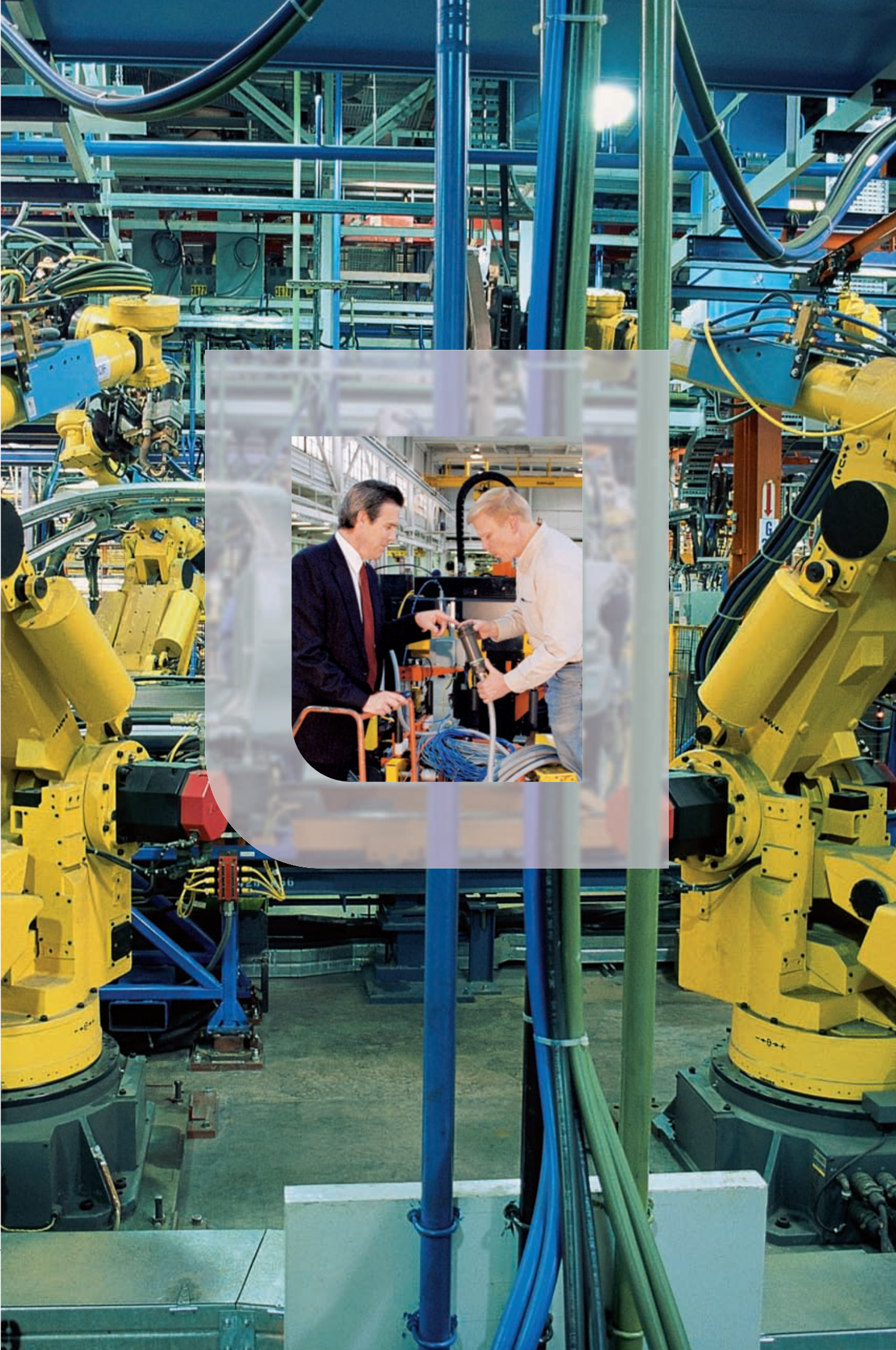
(3) Retraitées de l'effet des acquisitions, des cessions et des fluctuations de taux de change, et avant impact non récurrent estimé sur les stocks de câbles des variations du prix du cuivre, avant amortissement des actifs identifiés lors de l'affectation du prix d'acquisition de Hagemeyer et en excluant les éléments non récurrents du 1<sup>er</sup> trimestre 2007.

(4) Marge opérationnelle courante : EBITA/chiffre d'affaires.

(5) BFR en base comparable : en excluant l'effet non récurrent des variations du prix des câbles à base de cuivre.

(6) En 2007, ils comprenaient des coûts de refinancement de la dette réalisés après l'introduction en Bourse.







### **Nos équipes portent la richesse et la diversité de nos expertises**

Attentives aux exigences de qualité, d'économie et de productivité des clients, nos équipes se dotent de compétences spécifiques et élaborent des solutions à forte valeur ajoutée. Que ce soit pour le compte d'artisans installateurs ou de grands clients industriels et tertiaires, elles jouent un rôle d'expert en matière de conseil, de formation et d'accompagnement sur le terrain.

# Activités

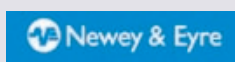
En 2008, Rexel a gagné des parts de marché dans la plupart de ses pays grâce à l'efficacité de son modèle économique et au dynamisme de ses équipes. La puissance de son **leadership** et la réactivité que lui procure sa **proximité** avec ses clients permettent au Groupe d'être toujours plus performant dans son organisation logistique et innovant dans son offre de services à valeur ajoutée. Renforcé par l'expertise des entités européennes de Hagemeyer, le Groupe est aujourd'hui mieux positionné pour servir les marchés de maintenance et de rénovation à fort potentiel de croissance.

Le groupe **Rexel** commercialise dans le monde des solutions électriques adaptées à la diversité des marchés et des besoins de ses clients, grâce à un réseau d'une quarantaine d'enseignes généralistes et spécialisées.

### AMÉRIQUE DU NORD



### EUROPE



### ASIE-PACIFIQUE



Et aussi : ABM-Rexel, Boutet, Elektronabava, Flores y Kersting, Hagard:HAL, Kelliher's, Moel, Page Data, Parker Merchanting, Suzhou Xidian, WF...

(1) L'enseigne Rexel est présente en Australie, Autriche, Belgique, Canada, Chili, Chine, États-Unis, France, Italie, Luxembourg, Nouvelle-Zélande, Pays-Bas, Portugal, République Tchèque et Royaume-Uni.

(2) L'enseigne Hagemeyer est présente en Allemagne, Australie, Pays-Bas et République Tchèque.

(3) L'enseigne Elektroskandia est présente en Estonie, Finlande, Lettonie, Lituanie, Norvège, Pologne et Russie.





# Proximité



À l'écoute de l'évolution de ses marchés industriel, tertiaire et résidentiel, Rexel optimise en permanence sa chaîne de création de valeur. En 2008, Rexel a continué à consolider son maillage régional, à enrichir ses compétences techniques et à développer ses savoir-faire sectoriels. Le Groupe a tout particulièrement axé ses efforts de développement d'expertises sur le marché de l'économie d'énergie sur lequel il se positionne comme un distributeur de solutions globales et spécialisées. Toujours plus proche de ses marchés et de leurs besoins, Rexel a élargi son socle de clientèle et fidélisé des Grands Comptes importants.

# 100 %

de croissance en un an  
pour un tableautier  
partenaire de Rexel  
en Oklahoma

Distributeur exclusif du matériel Allan Bradley (Rockwell Automation), l'agence Rexel d'Oklahoma City aux États-Unis a aidé AAE Automation, un fabricant local de tableaux électriques, à développer son activité en lui fournissant du matériel certifié et en le recommandant auprès de ses propres clients.



## Marché industriel

### Contribuer à la performance de l'outil de production

En 2008, Rexel réalise 32 % de son chiffre d'affaires dans l'industrie, soit 4,4 milliards d'euros. En progression dans toutes les zones géographiques, le Groupe gagne des parts de marché grâce à son expertise et à la mise en place de structures dédiées.

#### Renforcement de l'expertise en Europe

Avec l'intégration de Hagemeyer, Rexel a consolidé son dispositif dédié au marché industriel, particulièrement en Europe du Nord. D'une façon plus générale, le Groupe a renforcé sa structure internationale dédiée aux Grands Comptes en optimisant la coordination commerciale et logistique. La filiale allemande de Rexel, Hagemeyer Deutschland, s'est dotée d'une vingtaine de pôles de compétences destinés aux clients industriels. En France, les enseignes Rexel et Coaxel servent cette clientèle aux besoins spécifiques depuis déjà plusieurs années à travers un réseau d'agences labellisées DXI et Neoxis. Les professionnels ont la garantie d'y trouver des experts dédiés à leurs problématiques et pouvant leur apporter les solutions dont ils ont besoin.

#### La performance énergétique, une dimension incontournable

L'activité industrielle consomme 30 % de la production électrique mondiale dont 70 % pour le seul poste des moteurs. L'incertitude sur les prix de l'énergie et l'évolution des normes environnementales conduisent Rexel à renforcer son rôle de conseil et d'accompagnement auprès des entreprises en généralisant ses prestations d'audit énergétique et d'aide à la conception d'installations éco-performantes. Parallèlement, le Groupe propose une gamme complète de solutions industrielles à valeur ajoutée : système d'éclairage basse consommation, moteurs électriques à haut rendement et variateurs de vitesse qui permettent de réduire la consommation des moteurs de 30 à 50 %.

← Rexel développe son activité  
avec les producteurs d'énergie  
**éolienne** et **solaire** →

## Deux nouvelles enseignes au service des industriels en Belgique et en Chine

Acquises en 2008 et 2009, les enseignes Brevia en Belgique et Suzhou Xidian en Chine s'adressent spécifiquement aux clients industriels qui bénéficient d'une gamme de produits élargie, de services améliorés et d'une proximité renforcée.



Labels et enseignes : Rexel commercialise des **compétences sectorielles**



### Croissance de l'activité minière et pétrolière

En Amérique du Nord et en Australie, la localisation de pôles de compétences au plus près des infrastructures minières et pétrolières porte ses fruits. En 2008, Rexel a réalisé d'importantes missions d'approvisionnement et d'accompagnement opérationnel (maintenance, gestion des stocks sur site, conseil) pour des acteurs de l'énergie et des ressources naturelles. Au Canada, les ventes réalisées auprès de ses Grands Comptes industriels ont ainsi fortement progressé. En Australie, où l'exploitation minière est en plein essor, l'activité a connu une croissance soutenue. Rexel y est notamment le distributeur préférentiel du géant minier BHP Billiton qui exploite 28 sites répartis dans 6 états.

### Développement significatif dans les pays émergents

En Asie, Rexel connaît un succès commercial grandissant dans la fourniture de solutions pour les intégrateurs industriels. En Chine, le Groupe réalise une grande partie de son chiffre d'affaires avec l'industrie. L'acquisition en février 2009 de Suzhou Xidian, distributeur implanté dans les régions de Shanghai et de Pékin, vient consolider la présence de Rexel sur ce marché. Afin de capter le dynamisme des pays asiatiques, Rexel a également ouvert des structures commerciales en Inde et au Vietnam.

## Les clients

Sur ce marché, Rexel sert tous types d'acteurs qui expriment une grande diversité de besoins : éclairages des bâtiments, automatismes pour les chaînes de production, pièces détachées pour l'aéronautique, composants pour les fabricants de tableaux électriques, etc.

Afin de maintenir un niveau d'efficacité optimal de l'outil industriel, Rexel les assiste dans leurs travaux d'installation, de maintenance et de mise aux normes en leur garantissant rapidité d'intervention et large gamme de produits et de services.

Dans le cadre d'une usine ou d'une plateforme pétrolière, pour un Grand Compte ou une PME, la présence quotidienne de ses équipes commerciales auprès des clients est un élément clé du succès du Groupe sur ce marché.





## Depuis 8 ans

Selga, une des filiales du groupe Rexel en Suède, est le principal fournisseur de Skanska, géant mondial du BTP, et de l'entreprise de construction finlandaise Lemminkäinen.



Les deux entreprises ont associé cette enseigne suédoise de Rexel à la construction de la Bothnia Line, le plus grand projet d'infrastructure ferroviaire de Suède. Leur choix a été guidé par la largeur de son offre et sa capacité à leur fournir du matériel adapté à la rigueur du climat (jusqu'à - 30 °C).

# Marché tertiaire

## Diversifier les compétences techniques et les services

Le secteur tertiaire est désormais le premier marché de Rexel avec 43 % de son chiffre d'affaires, soit 5,9 milliards d'euros. Malgré la crise de la construction, ce secteur est dynamisé par les contrats d'entretien et de rénovation qui représentent 50 % de l'activité, ainsi que par la réalisation d'équipements publics.

### L'assistance à projet, axe fort de développement

Le marché tertiaire voit se multiplier les besoins liés aux économies d'énergie et à la sécurité. La mise aux normes des éclairages, la fourniture d'équipements d'automatisme et de centralisation des commandes, ainsi que les solutions de climatisation et de chauffage sont des segments à fort potentiel de croissance. Rexel est force de conseil pour le choix du matériel et assure des services d'assistance à projet, d'étude et de solutions logistiques, pour lesquels il met en place des pôles d'expertises dédiés.

### Une présence accrue auprès du secteur public

Équipements collectifs, infrastructures de transport, hôpitaux : pour répondre aux attentes du secteur public et des municipalités, Rexel déploie un savoir-faire sectoriel pointu en matière de sécurité, de normes sanitaires et d'économie d'énergie. En 2008, cette stratégie a permis de remporter des contrats importants. Grâce au développement des partenariats public-privé (PPP), Rexel France participe notamment, sur la période 2008-2009, à l'équipement de trois hôpitaux et de quatre prisons. Au Canada, le Groupe affirme son expertise dans le domaine de l'optimisation de l'éclairage hospitalier.



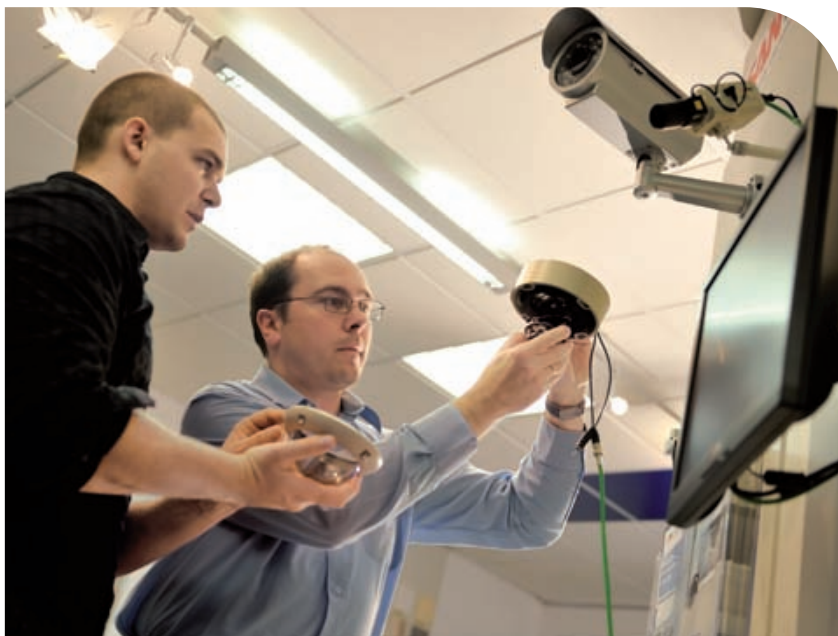
Rexel met son expertise au service de la **sécurité** et des **normes sanitaires** des bâtiments tertiaires



# 182 km

de câbles numériques  
livrés pour un centre  
médical au Texas

Pour l'accompagner dans la réalisation de cet hôpital high-tech équipé des dernières innovations technologiques (vidéo-surveillance, automatisation de la performance énergétique, contrôle d'accès...), le client a fait appel au savoir-faire de Rexel en matière de câblage et de réseau voix-données-vidéo.



## Progression du segment commercial en Asie

En Chine et dans plusieurs pays d'Extrême-Orient, Rexel participe aux grands projets de ses clients, notamment pour la construction de complexes hôteliers, de centres commerciaux et d'immeubles de bureau. En Chine par exemple, Rexel accompagne la croissance d'un important constructeur et promoteur immobilier de Haidian, la "Silicon Valey" chinoise, au nord-ouest de Pékin. Le partenariat de distribution mis en place depuis 2004 se renforce chaque année et Rexel Pékin intervient aujourd'hui dès la phase de conception des projets sur des missions d'étude de faisabilité et de conseil. Un chantier de plus de 600 000 m<sup>2</sup> de bureaux et d'habitations est en cours de réalisation en 2009.

## Une expertise reconnue en matière d'économie d'énergie

À travers le monde, Rexel réalise des audits énergétiques et assiste ses clients de la conception à l'installation. Aux États-Unis, Gexpro, une des filiales américaines du Groupe, vient de signer un contrat avec une grande enseigne de supermarchés. Portant sur le remplacement de moteurs pour la réfrigération de 175 de ses magasins, il va permettre de réduire la consommation d'énergie de 35 %. Une opération rentable avec un retour sur investissement rapide.

← En Chine et dans plusieurs pays d'Extrême-Orient, Rexel participe aux **grands projets** de ses clients →

## Les clients

Bureaux, supermarchés, stades, gares, jardins publics, hôpitaux... Dans le secteur tertiaire, les normes, les besoins, les matériaux et les conditions d'utilisation diffèrent considérablement d'un site à l'autre.

L'expertise d'un distributeur généraliste consiste à gérer cette complexité en s'adaptant à chaque contexte, en ayant une bonne analyse des besoins spécifiques et la capacité de travailler en mode projet.



# Maison ACTIVE

une installation de domotique complète en situation réelle

Rexel France a mis en place sur ses salons professionnels une maison entièrement câblée et équipée en automatismes résidentiels, vitrine du confort et contribuant à l'efficacité énergétique. Formidable outil marketing, associé à un catalogue et une offre spécifique, elle permet aux clients de constater la simplicité d'installation des solutions de domotique et d'automatisme actuellement proposées par Rexel.



## Marché résidentiel

### Accélérer le progrès électrique dans l'habitat

Face à une conjoncture économique difficile, l'activité résidentielle de Rexel a su résister grâce au marché de la rénovation, notamment. En fonction des pays et des opportunités, le Groupe réorganise et adapte son réseau d'agences et son dispositif commercial. En 2008, le marché résidentiel a généré 25 % du chiffre d'affaires de Rexel, soit 3,4 milliards d'euros.

#### Rénovation et économies d'énergie

Les consommateurs ont désormais conscience de la nécessité de réduire leur consommation d'énergie. La multiplication des normes et les incitations fiscales ont de leur côté fortement contribué à faire évoluer le matériel et l'efficacité énergétique des équipements. Toutes ces contraintes sont autant d'opportunités et relais de croissance pour l'équipement des bâtiments neufs et la rénovation. Dans cette perspective, Rexel propose dans chaque pays une offre de produits éco-performants pour le secteur résidentiel.

#### L'attrait des énergies renouvelables...

Ces dernières années, le marché du résidentiel a vu l'émergence de nouveaux équipements de chauffage, climatisation et fourniture d'eau chaude sanitaire, alimentés de façon combinée par les énergies renouvelables (solaire, géothermie) et le réseau électrique traditionnel. Performants, rentables et créateurs de valeur pour les installateurs, ces produits mixtes sont valorisés par Rexel à travers des solutions simples à installer, assorties de conseils et de formation. Ainsi, en France, une centaine d'agences possède déjà cette expertise en 2008 et commercialise des chauffe-eau solaires et des pompes à chaleur dans le marché du neuf, comme dans celui de la rénovation. En Belgique cette année, l'offre photovoltaïque se développe également rapidement.

← 2 400 points de vente et 32 sites web marchands →



# 1 500 foyers

résidentiels de  
l'U.S. Navy équipés  
à Chicago avec  
le matériel délivré  
par Rexel



Réalisé en 2008-2009 sur la base navale de Great Lakes, ce chantier illustre le succès du partenariat noué depuis 1994 entre l'installateur de systèmes électriques et Gexpro, son principal fournisseur. Depuis 2006, l'interfaçage de leurs systèmes informatiques et la création d'un EDI dédié permet à Gexpro d'avoir une visibilité de commandes sur plusieurs semaines et d'assurer un approvisionnement cadencé de tous les chantiers du client. Chacun y gagne en réactivité, en optimisation de son stock et en souplesse d'intervention.

## ... et de nouvelles solutions dans le domaine de la domotique

La maison *intelligente* n'est plus une utopie. Grâce à la domotique, les utilisateurs se créent des scénarios de vie au gré des besoins et des envies : ils peuvent ainsi diffuser, moduler et contrôler dans chaque pièce, la lumière, la température, les images et les sons, automatiser les ouvrants ou encore sécuriser la maison. Plus perfectionnées et conviviales, les solutions de domotique se démocratisent. Facteur clé de leur développement : l'interopérabilité des différents réseaux électriques et numériques. Afin d'accompagner cette tendance, Rexel sélectionne des fabricants proposant des standards communs ou compatibles et package des offres. Depuis plusieurs années, le Groupe valorise leur simplicité d'installation et d'utilisation auprès de ses clients en créant des mises en situation concrètes en agence et sur les salons.



Rexel propose aux installateurs  
des **solutions complètes**  
et des **formations**



## Les clients

Dans l'habitat résidentiel, l'installation et la rénovation sont assurées par des artisans électriciens, des PME ou de grandes entreprises spécialisées. Ces dernières années, le profil de l'électricien a beaucoup évolué. Mieux formé, plus sensible à l'innovation, il achète également plus volontiers sur internet.

En parallèle, le matériel gagne en sophistication et en spécificités d'installation. Afin de lui permettre de parfaire son expertise, Rexel lui fournit des solutions pré-montées complètes ainsi que de l'assistance et des formations.



## Efficacité

Rexel dispose d'une organisation globale performante pour toujours mieux répondre aux besoins des clients.

## Disponibilité

En optimisant sa logistique et en mutualisant les moyens de ses enseignes, Rexel propose une offre complète, fiable, dans les meilleurs délais.

## Innovation

Rexel imagine de nouveaux formats et canaux de vente toujours mieux adaptés aux pratiques de ses clients.

## Expertise

En spécialisant certaines de ses structures commerciales par type de clients, de marchés et de gammes de produits, Rexel apporte des réponses à chaque besoin.

## Intégration

En déployant un service de plus en plus intégré, Rexel peut gérer l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement des industriels et des Grands Comptes.

## Compétitivité

Plus puissant, Rexel est encore mieux positionné pour proposer le meilleur niveau de service et le meilleur produit au juste prix.

# ← Leadership →

**Sa vision d'acteur global** guide la stratégie de croissance rentable de Rexel sur chacun de ses marchés. En 2008, dans un environnement économique dégradé, la réactivité de son dispositif multi-spécialiste a permis d'accroître l'exposition du Groupe sur les segments de marchés les plus dynamiques. Dans sa démarche de soutien à la performance, le Groupe s'appuie sur la puissance de son organisation qui procure à ses réseaux un avantage logistique décisif, et sur la mise en commun de leurs expertises et de leurs bonnes pratiques qui sont autant de gisements de valeur pour toute l'entreprise.





En 2008, le Groupe a constitué une **communauté internationale** des responsables de l'offre Rexel qui se réunit quatre fois par an



## Efficacité

Rexel commercialise dans 34 pays du matériel et des services de qualité. Face aux besoins spécifiques de ses clients et pour une meilleure efficacité, Rexel développe et optimise en permanence son organisation, sa chaîne logistique et ses relations fournisseurs, de façon à garantir la meilleure offre au meilleur coût.

### Conduire une réflexion stratégique à l'échelle du Groupe

Avec plus de 40 enseignes, Rexel dispose d'un réseau de distribution puissant capable d'accompagner ses clients dans leur développement géographique. Pour optimiser son efficacité, le Groupe améliore le maillage géographique de ses agences et plateformes de distribution, renforce les synergies entre ses enseignes, et mutualise leurs structures commerciales et logistiques lorsque cela est nécessaire.

### Repenser le métier de la distribution

Sa capacité d'innovation permet à Rexel de consolider son avantage concurrentiel en continuant d'être à l'avant-garde de son métier. Chaque année, ses enseignes testent de nouveaux dispositifs de formats de vente plus efficaces et adaptent leurs canaux de distribution et leurs modèles logistiques aux nouveaux besoins. En parallèle, les équipes commerciales du Groupe sont formées en permanence aux nouvelles pratiques de vente et de marketing.

### Coordonner l'organisation des savoir-faire sectoriels

Le Groupe développe des services à forte valeur ajoutée et des expertises sectorielles pour servir les Grands Comptes et les industriels, notamment en matière de gestion de stock et de maintenance des installations. Afin d'être capable de servir ces besoins spécifiques avec une même efficacité partout à travers le monde, Rexel s'appuie sur une organisation centralisée des équipes dédiées à ce type de clients, à l'échelle mondiale, par grandes zones géographiques et par pays.

### Renforcer les partenariats avec nos fournisseurs

Rexel entretient des relations privilégiées avec une sélection de fournisseurs qui accompagnent son développement stratégique. S'appuyant sur une démarche de performance et d'efficacité commune, le Groupe développe avec les fabricants des offres exclusives et mène des plans d'actions marketing conjoints. En 2008, la direction du Développement des Relations Fournisseurs du Groupe a mis en place de nouvelles équipes chargées d'identifier les solutions dans le domaine de l'efficacité énergétique du bâtiment, des énergies renouvelables ainsi que les nouvelles applications telles que la domotique ou la gestion sécurisée de l'électricité.

## Construire l'offre de demain

En 2008, Rexel s'est doté de quatre pôles d'expertise et d'innovation dédiés au développement de nouvelles offres (Industrie, Câbles, Éclairage, Nouvelles applications). Ces équipes assurent une veille stratégique en matière d'évolutions technologiques, de besoins émergents et de normes, pour construire l'offre de demain.





Les centres logistiques de **nouvelle génération** bénéficient des toutes dernières technologies



# Disponibilité

Chaque jour, Rexel planifie les besoins, commande, stocke et alimente ses réseaux en produits pour proposer l'offre la plus complète possible dans les délais les plus courts. Le Groupe adapte son modèle logistique selon les situations géographiques et les marchés pour optimiser la disponibilité des produits, la qualité du service et les moyens de livraison.

## Améliorer la couverture géographique

Parce qu'ils permettent de livrer 35 000 références à J+1, les centres logistiques régionaux de Rexel sont un atout concurrentiel de premier ordre. En 2008, le Groupe a ouvert ou relocalisé une dizaine de centres et adapté en fonction des besoins la taille, le type (centres logistiques, hubs) et l'emplacement de ses plateformes. Pour accompagner la croissance des activités de ses clients du Sud-Est de la France, le centre de Saint-Vulbas, dans la région de Lyon, a déménagé et presque doublé sa capacité de stockage. Afin de rationaliser la productivité, les enseignes Gexpro et Rexel, Inc. ont mutualisé leurs entrepôts à Mansfield, aux États-Unis, et partagent désormais leur réseau de transport à Los Angeles.

## Moderniser les centres logistiques

Les centres logistiques de nouvelle génération bénéficient de toutes dernières technologies. Le recours à des systèmes informatiques spécialisés et la totale lecture des étiquettes codes-barres en Radio-Fréquence rationalisent les infrastructures de stockage. Résultat : les trajets sont plus courts, les surfaces optimisées et le temps de préparation raccourci. Certains centres ont également augmenté l'automatisation de préparation des commandes grâce à la mise en place de stockeurs rotatifs.

## Progresser dans le suivi qualité

Évalué dans les principaux pays du Groupe, l'indicateur de service au client OTIF (On Time, In Full) est un outil fondamental pour garantir sa satisfaction et lui apporter une "commande complète, et livrée dans les temps". En parallèle, l'analyse du stock en continu permet d'affiner les commandes de manière réactive en combinant une meilleure disponibilité et une réduction du volume d'articles immobilisés.

En nocturne, en libre-service, directement sur les chantiers, dans des containers de stockage... Rexel propose des **solutions d'enlèvement et de livraison** toujours mieux adaptées aux pratiques de ses clients.



## Championne de l'e-commerce

L'enseigne norvégienne Elektroskandia Norge réalise près de 50 % de son chiffre d'affaires grâce aux sites marchands et à l'EDI.



# Innovation

Aujourd'hui, les pratiques d'achat se diversifient et les clients recherchent un service et une information de plus en plus personnalisés. Rexel innove chaque année en testant de nouveaux dispositifs de format de vente et en développant son offre avec les produits les plus récents. Le Groupe, d'autre part, privilégie avec ses partenaires les échanges d'informations numériques en utilisant les solutions logicielles les plus en pointe.

### Imaginer de nouveaux formats de magasin

Ces dernières années, Rexel a significativement renforcé les espaces en libre-service de ses agences augmentant la visibilité des produits et en optimisant le temps d'attente au comptoir. En Australie, la "Big Box" que le Groupe a implantée dans trois zones de chalandise importante (Sydney, Melbourne et Brisbane) est une application prometteuse de ce nouveau concept de magasins. Grâce aux experts et showrooms présents sur place, les clients bénéficient des services d'une agence classique, tout en ayant la possibilité de comparer et de découvrir les produits par eux-mêmes.

### Déployer un e-commerce de proximité

Qu'il s'agisse des sites marchands des enseignes ou de systèmes d'échanges de données informatisées (EDI) spécifiquement développés pour les Grands Comptes, le commerce électronique est un canal de vente qui se généralise rapidement dans toutes les zones géographiques. En progression de 25 % sur l'année 2008, l'e-commerce représente aujourd'hui près de 8 % du chiffre

d'affaires de Rexel. Pour la vente en ligne, cette montée en puissance est soutenue par des actions de e-mailing et des fonctionnalités web facilitant les commandes du client telles que la mémorisation du panier ou les suggestions de produits associés.

### Privilégier l'information numérique

Chaque année, les systèmes d'échanges de données informatisées s'enrichissent et s'adaptent aux usages. Dans de nombreux pays, les chargés de clientèle itinérants peuvent commander et vérifier la disponibilité du stock en temps réel via leur téléphone portable ou leur ordinateur de poche (PDA). Moins chers, plus faciles à utiliser, les logiciels proposés s'adressent désormais à tous les types d'entreprises. Les artisans et les PME suisses et néerlandaises, par exemple, se voient proposer un système d'interface clés en main qui leur permet de passer commande par Internet en scannant les références des produits directement depuis le catalogue de Rexel ou encore en imprimant des étiquettes téléchargeables depuis le site web.

Six fois plus grande que les magasins classiques et dotée d'horaires plus flexibles (de 6 h 00 à 18 h 00, 6 j/7), la "Big Box" australienne (Rexel Warehouse) est un nouveau concept de point de vente où les clients effectuent leurs achats en libre-service parmi un choix de 15 000 références regroupées par gamme de produits.







# Expertise

En diffusant des solutions électriques fiables, packagées et rentables, Rexel accompagne l'accélération d'évolutions technologiques innovantes telles que la transmission numérique, les éclairages LED ou l'efficacité énergétique. D'autre part, le Groupe renforce son expertise sectorielle dans les secteurs industriels et publics. Rexel déploie à cet effet des équipes et des structures commerciales dédiées aux nouvelles offres et types de clients et fournit des prestations de conseil et de formation.

## S'organiser en pôles d'expertise

Parce que d'un secteur à l'autre les produits et les problématiques sont différents, Rexel développe des expertises différenciées pour chaque marché, chaque gamme d'offres et chaque type de clients. Ainsi, pour servir les besoins spécifiques du marché industriel, Rexel dispose à l'international d'une quinzaine d'enseignes spécialisées à travers le monde. En Europe, plusieurs enseignes répondent aux besoins croissants en matière d'équipements de sécurité et de connectique. Dans un grand nombre d'agences à travers le monde, Rexel déploie des experts spécialisés dans les économies d'énergie et les énergies renouvelables.

## Fournir des prestations d'audit et d'assistance technique

Expert en matériel éco-performant, Rexel réalise pour ses clients des diagnostics énergétiques et thermiques des équipements électriques. Sur cette base, ses réseaux spécialisés préconisent des solutions adaptées et efficaces qui garantissent à l'utilisateur

final un retour sur investissement rapide. Aux États-Unis, par exemple, Capitol Light est spécialisé dans l'audit énergétique, l'installation et la maintenance des éclairages des magasins de grandes enseignes commerciales.

## Dispenser des formations et de l'information

Dans la plupart de ses agences, Rexel organise régulièrement des sessions de formation en collaboration avec les fabricants, afin de familiariser ses clients aux produits complexes ou innovants. Ce dispositif est complété dans chaque pays par l'organisation de salons et la réalisation de catalogues et brochures techniques.



Dans chaque pays, Rexel propose une large gamme de solutions techniques pour répondre aux évolutions technologiques, aux habitudes de consommation locales et aux différentes normes énergétiques et de sécurité.

← Rexel assure pour ses clients industriels des prestations liées à la **maintenance** et à **l'entretien** de leurs sites de production (services MRO) →



# Intégration

Présent en amont et en aval auprès des fournisseurs et des clients, Rexel dispose d'une position très intégrée dans les processus transactionnels et logistiques. Les Grands Comptes industriels et du tertiaire peuvent se concentrer sur leur cœur de métier, le Groupe prenant en charge tout ou partie de leur approvisionnement, du choix des produits à la gestion du stock, de la commande jusqu'au réassort. Pour accompagner la forte croissance de cette activité, Rexel renforce son rôle de support à la fonction achat, et développe des systèmes informatiques intégrés.

## Optimiser l'approvisionnement

Les responsables Grands Comptes de Rexel étudient régulièrement avec leurs clients leurs besoins en matériel électrique et les conseillent pour optimiser leurs achats en matière de qualité et de prix. Ils peuvent ainsi rationaliser le portefeuille produits en diminuant le nombre de références, en jouant sur les volumes pour obtenir de meilleurs prix et en proposant des produits alternatifs plus performants.

## S'adapter aux systèmes informatiques du client

Rexel s'intègre aux solutions d'approvisionnement de ses clients grâce à des systèmes d'échanges de données informatisées performants et sur mesure. Le Groupe conçoit des catalogues électroniques, participe à des appels d'offres numériques et est présent sur des places de marchés où les transactions sont entiè-

rement dématérialisées. Au-delà de ces solutions d'interfaçage, le Groupe développe également ses propres outils informatiques qu'il peut implémenter chez le client. En 2008, le chiffre d'affaires de Rexel réalisé grâce aux systèmes d'EDI a progressé de plus de 20 %.

## Gérer les stocks du client

Le Groupe assure la gestion des stocks d'un grand nombre de clients à travers le monde. En fonction des besoins, il réalise cette mission depuis ses propres plateformes ou affecte des équipes directement dans les entrepôts du client. Pour cette fonction complexe, Rexel mobilise tout son savoir-faire pour diminuer les coûts, rationaliser l'espace de stockage, réduire l'obsolescence des produits, et garantir une livraison réactive ajustée au plus près de l'activité du client.

## Gexpro Services, expert dans la gestion des stocks

La filiale de Gexpro est spécialisée dans la fourniture et la gestion de pièces de fixation et d'assemblage, et de pièces électriques utilisées sur les chaînes de production. Grâce à des services adaptés (*Kanban*, fourniture de kits, etc.), Gexpro Services, certifié ISO 9001, travaille notamment pour les entreprises de hautes technologies, le secteur aérospatial et la Défense.



## Le Royaume-Uni, un marché de marques propres très développé

Historiquement le Royaume-Uni a développé de façon significative la commercialisation de marques propres à côté de l'offre traditionnelle des fournisseurs. Parmi la dizaine de marques propres on peut citer Newlec, Sector, Eski et Defiance.



# Compétitivité

Leader mondial sur son secteur, Rexel négocie les meilleurs prix avec ses fournisseurs. Expert, le Groupe conseille et guide chaque client dans ses achats en fonction de son besoin, de son budget et le taux de retour sur investissement pour l'utilisateur final. En garantissant la meilleure offre au meilleur prix, et en conseillant ses clients sur la performance énergétique de leurs installations, Rexel optimise les coûts tout au long du cycle de vie du produit.

### Proposer un choix de solutions alternatives

En 2008, Rexel a réalisé 53 % de ses achats auprès de ses 25 premiers fournisseurs. En concentrant ses volumes d'achats, le Groupe bénéficie de prix attractifs et d'exclusivités dont il fait profiter ses clients. Distributeur multi-marque, Rexel propose une large gamme de produits de qualité dont les prix sont adaptés au niveau de technicité et de fiabilité qu'exige l'installation. Le Groupe possède également une trentaine de marques propres constituées d'articles d'outillage et de produits complémentaires destinés aux électriciens.

### Gagner de l'argent en économisant de l'énergie

Sur 10 ans, 95 % du coût d'un moteur électrique est imputable à sa consommation d'énergie. Équiper un moteur d'un variateur de vitesse fait gagner 30 à 50 % d'électricité et assure au client final un retour sur investissement (ROI) rapide. Grâce à l'expertise de Rexel en matière de performance énergétique, les clients réalisent des économies substantielles sur l'ensemble de leurs installations.

Ainsi, lorsqu'un promoteur à Las Vegas a fait appel à Gexpro pour remplacer tous les systèmes d'éclairage d'un hôtel-casino par des dispositifs basse consommation, l'intervention s'est élevée à un million de dollars. Mais depuis ce remplacement, l'hôtel réalise chaque année une économie de 1,2 million de dollars sur sa facture d'électricité.

### Optimiser le coût de chaque poste de la chaîne logistique

Pour les industriels et les clients Grands Comptes, le coût d'achat du matériel représente à peine 40 % du coût total d'appropriation (TCO), le reste étant réparti entre l'approvisionnement (40 %) et le stockage (20 %). En intervenant sur la totalité de la chaîne d'approvisionnement de ses clients, Rexel est à même d'identifier toutes les opportunités de réduction des coûts. Le portefeuille produits est rationalisé et les besoins en espace de stockage diminués. Résultat : les coûts sont optimisés à tous les niveaux et en continu.



Remplacer un éclairage classique par  
des lampes basse consommation permet  
de **réduire la facture d'électricité de 65 %**







## Des collaborateurs engagés

Responsables, nos collaborateurs valorisent les solutions économes en énergie auprès de leurs clients et respectent les valeurs d'éthique du Groupe au quotidien. Citoyens, ils appliquent notre charte pour l'environnement. Solidaires, ils mobilisent leurs compétences et donnent de leur temps à ceux qui en ont besoin.

# Responsabilité

Rexel privilégie une approche durable de ses responsabilités par la mise en œuvre de fondamentaux solides. En 2008, cette vision stratégique sur le long terme a permis à son modèle économique de résister à une conjoncture fortement dégradée. S'appuyant sur la force de son **leadership** et la réactivité que lui procure sa **proximité** avec ses parties prenantes, c'est cette même volonté de pérenniser ses engagements qui guide ses orientations en matière de responsabilité sociale, sociétale et environnementale.



## La **valeur** de notre modèle de distribution

La création de valeur est au cœur du modèle de Rexel ; c'est ce qui fonde la responsabilité économique du Groupe vis-à-vis de l'ensemble de ses parties prenantes, tout au long de la chaîne de distribution du matériel électrique. C'est pourquoi Rexel privilégie la poursuite d'une croissance durable et met en œuvre inlassablement les leviers d'efficacité et de rentabilité qui permettent de la réaliser.

### Une stratégie d'innovation en prise directe avec les enjeux sociétaux et environnementaux

Rexel élabore et diffuse des solutions électriques innovantes et contribue à un progrès durable dans l'habitat, le tertiaire et l'industrie, à travers le monde.

Ainsi, en phase avec les préoccupations environnementales et les enjeux d'économies d'énergie, Rexel inscrit son développement dans une démarche de progrès pour l'ensemble des communautés où le Groupe exerce son activité. Tout en permettant à l'entreprise d'accompagner l'essor des nouveaux matériels liés à la performance énergétique des équipements, ce positionnement offre de solides perspectives de croissance responsable, que le Groupe diffuse à l'ensemble de ses partenaires.

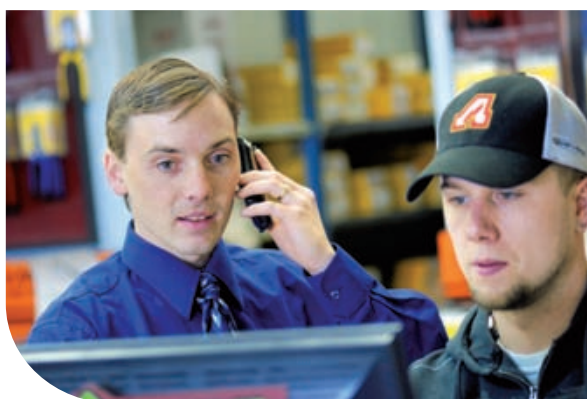
### L'efficacité au service d'une croissance durable

En tant que groupe international et leader mondial sur le marché de la distribution de matériel électrique, Rexel contribue à structurer son secteur d'activité pour apporter toujours plus de valeur à ses parties prenantes. Cette démarche s'appuie sur une recherche permanente d'efficacité dans l'organisation, dans le développement des activités ainsi que dans l'optimisation des moyens mis en œuvre.

Guidé par l'ambition de satisfaire ses clients, qui garantit au Groupe une croissance pérenne, son modèle d'entreprise poursuit un objectif de rentabilité. Adossé à une stratégie de groupe, son réseau international multi-enseigne, multi-canal et multi-service s'adapte à la spécificité des territoires. Dans chaque pays, Rexel enrichit ses formats de vente et fait de la diversité de ses réseaux une opportunité de croissance. Cette double composante de vision globale et de proximité est gage de résistance pour le Groupe et porteuse de stabilité pour l'ensemble de ses partenaires.







## Identifier et maîtriser les risques

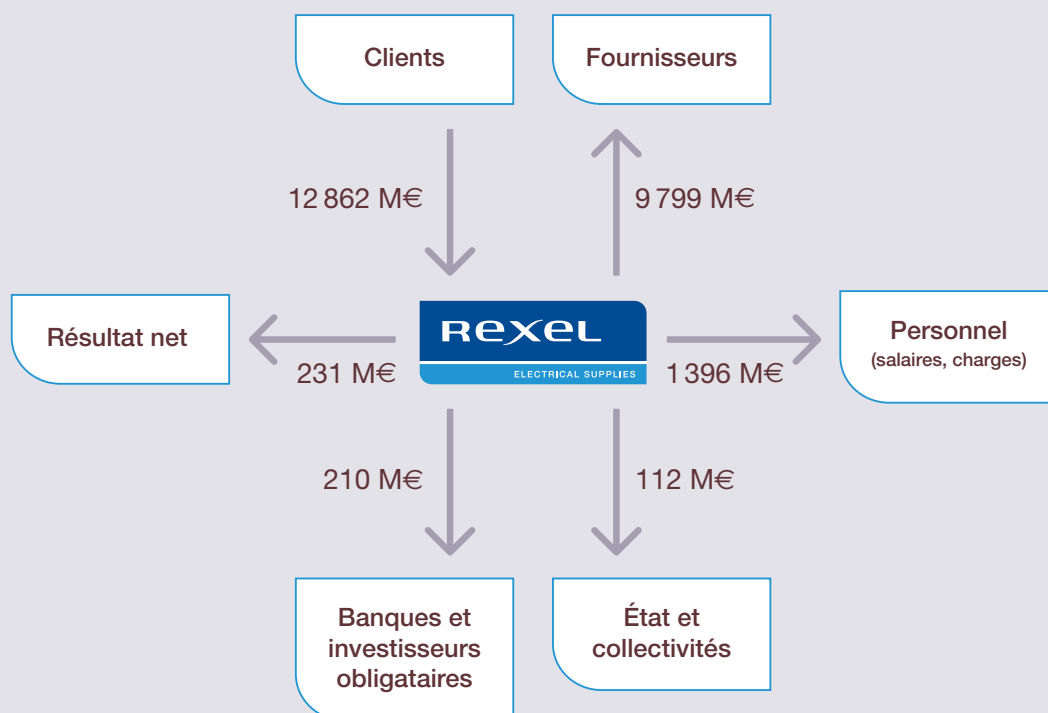
La maîtrise des risques inhérents à son activité garantit la pérennité du Groupe et lui permet d'assurer ses responsabilités économiques dans la continuité. Afin de renforcer sa capacité à prévenir et maîtriser les aléas susceptibles d'avoir un impact sur ses résultats, Rexel s'est doté d'un processus de gestion qui permet d'identifier les risques dans tous les domaines (opérationnels, économiques, financiers, etc.), de les évaluer et de mettre en œuvre les mesures destinées à en limiter la portée. Cette démarche s'accompagne d'une politique de sensibilisation vis-à-vis de tous les collaborateurs concernés. En 2008, plus de 400 agences ont été auditées, y compris au sein des filiales de Hagemeyer nouvellement intégrées.

## Redistribuer la valeur

L'activité et la rentabilité du Groupe bénéficient à l'ensemble de ses parties prenantes. La valeur créée est ainsi directement reversée à ses 33 000 collaborateurs, aux pouvoirs publics et collectivités locales des territoires dans lesquels Rexel est implanté, via le versement d'impôts et taxes.

Son modèle d'entreprise place également le Groupe en position de partenaire de la performance de ses fournisseurs mondiaux, dont il accompagne le développement à l'international, mais également des PME locales auxquelles il assure de nouveaux débouchés. En tant que distributeur, Rexel crée de la valeur pour ses fournisseurs en améliorant leur visibilité auprès des clients finaux et en les aidant à appréhender l'évolution des besoins grâce à son expertise du terrain et à l'élaboration d'enquêtes de satisfaction.

La collaboration étroite tissée avec ses fournisseurs permet à Rexel de proposer le meilleur rapport qualité-prix à ses clients professionnels. Pour eux, la capacité du Groupe à délivrer de la valeur se traduit au quotidien par la mise à disposition d'une offre et de services pertinents et de qualité qui leur garantissent compétitivité et attractivité auprès des utilisateurs finaux. Présent dans 34 pays à travers le monde, Rexel fait également profiter ses clients de sa capacité de veille macroéconomique et réglementaire. En les accompagnant dans la mise en œuvre des nouvelles normes de sécurité et d'économie d'énergie, le Groupe soutient la performance de ses clients, leur ouvre de nouveaux marchés porteurs, et contribue ainsi à améliorer la qualité de l'environnement.



## Renforcer l'attractivité de notre Groupe

Rexel encourage l'esprit d'entreprendre de chacun de ses collaborateurs. En 2008, l'entreprise les a soutenus dans leurs projets et dans leur évolution professionnelle en leur fournissant les moyens de développer leurs compétences. Dans un contexte d'adaptation du Groupe à un environnement fortement dégradé et incertain, Rexel a également tenu à réaffirmer la solidité de son modèle économique au sein de ses instances de dialogue social.

### Plus de 9 000 collaborateurs de Hagemeyer rejoignent Rexel

En juillet 2008, Rexel a accueilli plus de 30 % de nouveaux collaborateurs, principalement issus des filiales européennes du groupe Hagemeyer. Pour réussir ce challenge, le Groupe a déployé un dispositif spécifique auprès de la vingtaine d'enseignes concernées dans 15 pays d'Europe. Soucieux d'accompagner dans ce changement les nouveaux entrants ainsi que les équipes Rexel déjà en place, les salariés ont reçu les outils de communication interne et participent aux temps forts du Groupe (messages du management, journées d'intégration, *communications Week*, etc.).

### Le ralentissement économique conduit à des réductions d'effectifs

Face au fort ralentissement de l'activité en 2008, les effectifs du groupe Rexel ont diminué d'environ 6 % en base comparable, principalement en Amérique du Nord et en Europe. Dans un grand nombre de pays, les salariés concernés par ces réductions d'effectifs ont pu bénéficier de mesures d'accompagnement (outplacement, formation, aide à la création d'entreprise, compensations financières, retraite anticipée, etc.).



Suite à l'intégration de **Hagemeyer**, cinq nouveaux pays sont désormais représentés au sein du **Comité d'entreprise européen** : Norvège, Finlande, Estonie, Lettonie, Lituanie.



Au Royaume-Uni,  
**Newey & Eyre**  
 est primé  
 pour sa formation  
 commerciale

En décembre 2008, l'enseigne s'est vu décerner le prix d'excellence par le National Training Award pour la qualité de sa formation *Team Challenge*. Créé en 2006 dans 36 agences et déployé plus largement depuis, ce programme, dédié aux équipes commerciales, associe une formation de 2 jours à un challenge des ventes interagences d'un mois qui permet de vérifier la bonne mise en pratique des acquis.

**43 %**  
 des salariés de Rexel  
 ont bénéficié d'une  
 formation en 2008,  
 soit 14 449 personnes.

### Un dialogue social renforcé

En 2008, 76 accords ont été signés entre les représentants des salariés et les filiales du Groupe (36 accords en 2007 sur l'ancien périmètre). Ces accords ont notamment porté sur l'intéressement, la participation, les heures supplémentaires et l'aménagement du temps de travail.

Instance d'information et de dialogue social, le Comité d'entreprise européen a été tenu informé du processus d'acquisition et d'intégration de Hagemeyer tout au long de l'année 2008. L'accord constitutif du CEE a été amendé pour permettre d'intégrer cinq nouveaux pays. Une réflexion sur le thème des seniors et les procédures de reporting social et environnemental ont fait partie des sujets abordés au cours de l'année avec cette instance.

### Des formations orientées vers la gestion des compétences

Rexel accorde une importance particulière aux actions de formation visant à développer les compétences et la performance. Cette vision très pragmatique, associée au développement des outils de gestion de carrières, profite aux salariés et à l'entreprise elle-même. Les formations commerciales par exemple sont de plus en plus souvent associées à des mesures d'amélioration de la performance, permettant ainsi de juger de leur pertinence et de leur efficacité (*lire encadré*). 2009 verra la mise en ligne sur intranet du *learning center* qui permet aux filiales de partager les meilleures pratiques en matière de formation, d'actions de développement et de programmes d'intégration.

### En Australie, Rexel crée un intranet pour les nouveaux embauchés

Rexel Australie a lancé en 2008 un intranet plus particulièrement dédié à l'intégration des nouveaux salariés des 9 enseignes présentes sur le territoire. Ce site, très pédagogique, décrit notamment les activités du Groupe, les fondamentaux de la distribution et les différents métiers en agence.





Les *Journées d'intégration* réunissent chaque année une centaine de collaborateurs venant du monde entier

En 2008,  
**10 597**  
collaborateurs  
ont été formés  
à la sécurité



### Faire de la sécurité une priorité au quotidien

La sécurité des personnes et des biens est une préoccupation importante pour l'entreprise et constitue à ce titre un axe d'amélioration continue. Chez Rexel, les actions identifiées comme présentant le plus de risques sont la conduite des engins et la coupe des câbles (principalement dans les centres logistiques). En 2008, la cartographie mise en place dans la plupart des pays a permis la mise en œuvre d'actions de formation ainsi que des programmes de prévention des accidents. Cette démarche est renforcée par des initiatives locales. Aux États-Unis par exemple, chaque agence Rexel est tenue de réaliser une vérification mensuelle complète des équipements de sécurité et des règles à suivre en cas d'urgence associée à un reporting centralisé.

### Promouvoir l'égalité homme/femme

Rexel s'engage à assurer un traitement égal entre les hommes et les femmes. Les indicateurs sociaux 2008 montrent que les femmes du Groupe ont été promues et augmentées dans les mêmes proportions que les hommes. De plus, à la demande des représentants des salariés, une étude spécifique réalisée en 2007 a montré que les femmes enceintes ne faisaient pas l'objet de traitements discriminants, tant au moment du congé maternité qu'à celui du retour au sein du Groupe. En France, des postes de travail ont même fait l'objet d'aménagements spécifiques.

### Rexel renforce son dispositif de communication interne

Dans un contexte de réorganisation et d'absence de visibilité macroéconomique, le Groupe a intensifié ses actions d'information à destination de ses collaborateurs afin de réaffirmer la solidité de son modèle économique et de partager sa vision stratégique. En juin, à Bruxelles, la Convention internationale du Groupe a été l'occasion de présenter aux 300 tops managers, LEAD 2011, une nouvelle dynamique interne qui fixe les axes stratégiques de développement de Rexel. Cette dynamique porte sur trois axes : les niches de croissance organique, le développement de l'esprit entrepreneurial des équipes et l'amélioration des process. Les sessions annuelles *Communications week*, et les journaux internes réalisés par le Groupe ont permis de diffuser une information régulière à l'ensemble des salariés. Au premier semestre 2009, le nouvel intranet Groupe viendra compléter ce dispositif et constituera une plateforme de travail collaboratif renforcée et enrichie.

## Associer les salariés actionnaires aux résultats futurs du Groupe

Depuis son retour en Bourse, le Groupe a souhaité associer l'ensemble des salariés à la performance et aux résultats de l'entreprise. En avril 2007, les collaborateurs ont pu ainsi acquérir des actions à des conditions préférentielles (plan *Opportunity 2007*). Initialement prévu en décembre 2008, le nouveau plan d'actionnariat salariés a dû être suspendu. Compte tenu de l'incertitude des marchés, les conditions n'étaient pas réunies pour réaliser l'augmentation de capital nécessaire à cette opération. En dépit de ce report, le Groupe a réaffirmé sa volonté de poursuivre dans un proche avenir sa politique active d'actionnariat salariés.

## S'engager dans la société

Le Groupe entretient des relations de proximité avec les communautés locales des pays dans lesquels il est présent. Rexel encourage ses collaborateurs à être attentifs aux besoins particuliers des organismes professionnels et des associations, et les soutient dans leurs initiatives citoyennes. En 2008, le Groupe s'est ainsi mobilisé aux côtés de ses équipes au profit de la formation professionnelle, de la recherche médicale et d'actions humanitaires.

### Rexel France soutient le pôle Énergies renouvelables de l'IUT de Nîmes

Qu'ils soient électriciens, plombiers ou thermiciens, la maîtrise des nouvelles énergies est aujourd'hui incontournable pour les professionnels du bâtiment. Jusqu'ici, la région Languedoc-Roussillon ne disposait d'aucun centre de formation de référence. Lorsque l'IUT de Nîmes a fait part de son projet de créer une plateforme technique dédiée aux énergies renouvelables à Rexel France, les équipes ont été immédiatement séduites. Elles se sont mobilisées avec certains fabricants partenaires afin de fournir le matériel nécessaire, soit l'équivalent de 70 000 euros en chauffe-eau solaires, pompes à chaleur et systèmes photovoltaïques. Ouvert en juin 2008, le centre dispense des formations qualifiantes aux étudiants de l'IUT et aux professionnels de la région. De quoi leur permettre de développer leur activité en décrochant les labels *QualiPV* (installations photovoltaïques) et *QualiSOL* (équipements solaires thermiques).

### Au Canada, Westburne Midwest forme ses clients à la sécurité

Au Canada, l'électricité est à l'origine de 1 000 décès chaque année. Dans le cadre d'une harmonisation des normes de sécurité électrique américaines et canadiennes à compter de juin 2008, la filiale canadienne de Rexel a contribué à cet effort de sensibilisation collectif en proposant des séminaires de formation à ses clients. Objectifs : les familiariser avec les nouvelles normes, leur rappeler les risques encourus et leur apprendre les bons gestes.

### Rexel en Chine se mobilise pour les victimes du tremblement de terre

Suite au terrible tremblement de terre qui a frappé la région chinoise du Sichuan le 12 mai 2008, causant près de 70 000 morts, toute l'équipe de Rexel Chine s'est mobilisée pour collecter des dons. Chaque yuan versé par les salariés a donné lieu à un don complémentaire de 1 yuan par Rexel Chine, 2 yuans par Rexel Asie-Pacifique et 4 yuans par le Groupe. Les sommes ainsi récoltées ont été intégralement reversées à l'antenne locale de la Croix-Rouge. Outre cette contribution financière, du matériel a également été offert par Rexel Hailongxing, filiale du Groupe basée à Pékin.



### Le groupe Rexel finance des tutorats scolaires pour les élèves défavorisés

En France, par le biais de l'Institut Télémaque (Fondation de France), des collaborateurs bénévoles du Groupe aident et suivent des enfants issus de milieux défavorisés tout au long de leur scolarité, du collège au baccalauréat.

## Contribuer à un progrès électrique durable

Groupe international et leader de la distribution de matériel électrique, Rexel assume une double responsabilité environnementale. En tant que prescripteur de solutions éco-énergétiques, le Groupe contribue chaque année à améliorer la performance énergétique des équipements. En 2008, le Groupe a également renforcé ses actions internes en faveur d'une meilleure maîtrise des ressources naturelles et de l'impact de ses activités.

### Prescripteur et distributeur d'efficacité énergétique

Dans le cadre de son activité, Rexel est un distributeur de premier plan de solutions générant des économies d'énergie et d'équipements utilisant les énergies renouvelables (solaire, éolien, géo et aérothermie). En partenariat avec ses fournisseurs, le Groupe enrichit chaque année cette offre, l'organise en solutions faciles à implémenter et œuvre à accélérer sa diffusion à travers le monde. Ainsi, au niveau de l'ensemble de ses réseaux, il déploie des structures commerciales dédiées ainsi que des outils (catalogues, sites internet, showrooms, etc.) qui orientent ses clients professionnels dans leur choix et dans leur rôle de prescripteur. Depuis plusieurs années, Rexel aide ses clients installateurs à acquérir de nouvelles compétences liées à l'émergence des produits éco-énergétiques en assurant un rôle de conseil et de formation.

### Recyclage des produits en fin de vie

En accord avec les législations locales, Rexel collecte les équipements électriques usagés. Au sein de l'Union européenne, la directive DEEE impose progressivement aux distributeurs de récupérer le matériel électrique en fin de vie à raison d'un article repris pour un produit acheté. En 2008, plus de 85 % des agences du Groupe en Europe assurent ce service. Au Royaume-Uni, Newey & Eyre offre une possibilité de collecte directement sur le site de ses clients.

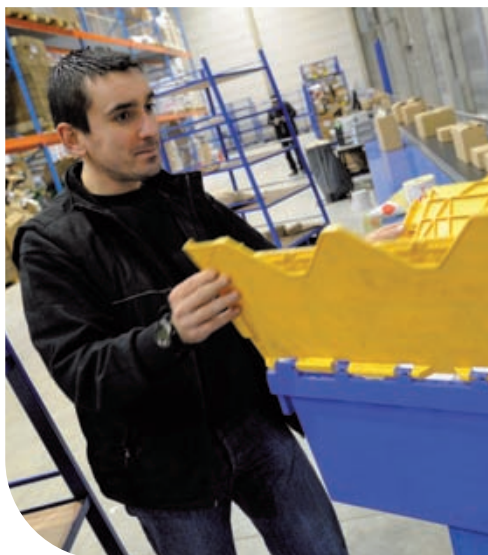


Aux États-Unis, Rexel a développé une expertise dans le domaine des **solutions énergétiques basse consommation**.

Deux exemples : en 2008, son intervention auprès d'un exploitant d'hôtel-casino et d'une chaîne de supermarchés leur a permis de réduire significativement leur consommation annuelle d'électricité, respectivement de 65 % et de 35 %.



Grâce au tri sélectif effectué dans près de 3/4 des agences, le volume total de déchets recyclés en 2008 représente 18 800 tonnes



**52 %**  
des sources  
d'éclairage  
vendues  
par Rexel  
sont à basse  
consommation

### Une démarche partagée au sein du Groupe

En interne, Rexel s'engage à conduire ses activités dans le respect de l'environnement. Mise en place au niveau du Groupe, la *Charte Rexel pour l'environnement* impulse les bonnes pratiques à mettre en œuvre par l'ensemble des collaborateurs et constitue un indicateur fiable des progrès réalisés au cours de l'année. Dans ce cadre, un effort significatif de réutilisation des emballages a été réalisé au sein du Groupe. À périmètre constant, les consommations de carton et de plastique ont diminué de façon significative entre 2007 et 2008. Sur la même période, grâce au tri sélectif effectué dans près de 3/4 des agences, les quantités de carton recyclées ont augmenté de 8 % et celles de plastique ont doublé.

### Une politique d'achat éco-performante

En 2008, Rexel a lancé un vaste plan d'action qui vise à privilégier les produits respectueux de l'environnement et à limiter les émissions de CO<sub>2</sub>. La direction des achats indirects du Groupe sélectionne pour cela des fournisseurs éco-responsables habilités à passer des contrats avec les filiales. En cours de déploiement au niveau européen, ce plan d'actions concerne notamment la consommation des véhicules, la promotion de la téléconférence en vue de limiter les déplacements et la dématérialisation des factures et des contrats courts. Les premiers résultats des actions en cours seront disponibles courant 2009.

En 2008, Rexel a contribué au recyclage de :

**6,5 millions** de tubes fluorescents  
(1,2 million en 2007),

**420 000** ampoules,

**435 tonnes** de câbles.



# Associer les actionnaires à la vie du Groupe

La dégradation de la conjoncture économique à laquelle nous assistons depuis le dernier semestre 2008 amène la direction de Rexel à demander la suspension du versement de dividendes au titre de l'exercice 2008. Guidée par la nécessité de maintenir une forte flexibilité financière en cette période difficile, cette décision ne remet pas en cause la solidité du Groupe et sa capacité de résistance. Comme il l'a toujours fait depuis son introduction en Bourse en avril 2007, Rexel continuera à associer ses actionnaires à la vie du Groupe par une communication financière claire et régulière.

## Une année boursière décevante

Le titre Rexel a terminé l'année 2008 en dessous de l'indice de référence SBF 120. Cette sous-performance de l'action, qui ne s'explique ni par les fondamentaux du Groupe, ni par ses résultats sur l'année 2008, s'inscrit dans un contexte général de recul des marchés boursiers. Elle traduit également l'exposition de Rexel aux États-Unis et sur le marché résidentiel, perçu comme un élément négatif dans la conjoncture économique actuelle. Les plans de restrictions des coûts et d'amélioration de la performance mis en œuvre sont de nature à permettre à Rexel d'accroître sa rentabilité opérationnelle, facteur d'amélioration du cours de Bourse.

## Le cours de l'action en 2008

Cours au 31 décembre 2008 .....	4,76 euros
Cours le plus haut .....	12,27 euros
Cours le plus bas .....	4,50 euros
Nombre d'actions au 31 décembre 2008.....	255 993 827
Capitalisation boursière au 31 décembre 2008.....	1,2 milliard d'euros

Retrouvez le cours de l'action sur [www.rexel.com](http://www.rexel.com)

## Fiche d'identité

Code ISIN : FR0010451203

Code mnémorique : RXL

Marché : Eurolist by NYSE Euronext

Indices : NEXT 150, SBF 120, SBF 250,

CAC MID 100, CAC AllShares

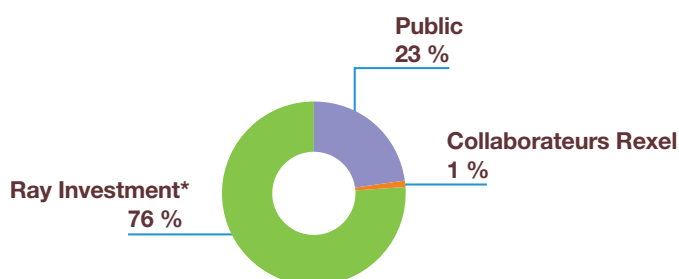
## Contact actionnaires

[actionnaires@rexel.com](mailto:actionnaires@rexel.com)

 **0 800 666 111**

## Répartition du capital

(au 31/12/2008)



\* Principalement constitué de Clayton, Dubilier & Rice, Eurazeo et Merrill Lynch Global Private Equity.



## Agenda de l'actionnaire\*

- Assemblée générale annuelle ..... 20 mai 2009
- Résultats du 1<sup>er</sup> semestre ..... 31 juillet 2009
- Résultats du 3<sup>e</sup> trimestre ..... 12 novembre 2009

### Une communication financière transparente

Rexel s'attache à pratiquer la plus grande transparence en matière de communication financière. Au-delà de la publication des résultats trimestriels et du rapport annuel, Rexel édite deux fois par an une *Lettre aux actionnaires* et a mis en place un numéro vert et une rubrique dédiée sur son site internet ([www.rexel.com](http://www.rexel.com)).

Événement fédérateur de l'actionariat du Groupe, l'Assemblée générale annuelle est un lieu de rencontre et d'échanges privilégié avec la direction du Groupe. Le 20 mai 2008, lors de la première Assemblée générale, 191,5 millions d'actions étaient représentées, soit un quorum de 80,6 %, dont 165 actionnaires individuels.

Rexel organise également des rencontres à Paris et en régions en partenariat avec Euronext et la Fédération Française des Clubs d'Investissement. En 2008, plus de 200 actionnaires ont répondu présents à la réunion qui s'est tenue à Rennes en juin. Une autre réunion a eu lieu à Strasbourg en septembre, durant laquelle les résultats du premier semestre 2008 ont été détaillés.

### Le service des titres

Pour assurer la tenue du Service Financier et du Service des Titres, la société Rexel a mandaté BNP PARIBAS SECURITIES SERVICES.

Depuis le 26 février 2008, le Groupe bénéficie du Service de Règlement Différé (SRD) qui permet aux actionnaires de payer en fin de mois le montant de leurs transactions sur le titre Rexel.

#### BNP Paribas Securities Services

Tél. : 0 826 109 119 (0,15 € /min)

Adresse : BNP Paribas Securities Services - GCT Émetteurs - Immeuble Tolbiac - 75450 Paris Cedex 09.

### En 2009\*, Rexel ira à la rencontre de ses actionnaires individuels

- Jeudi 18 juin à Lille
- Jeudi 17 septembre à Lyon
- Mardi 8 décembre à Toulouse

### Réunions en 2008

- Le 22 mai à Marseille
- Le 17 juin à Rennes
- Le 18 septembre à Strasbourg

\* Dates données à titre indicatif.





L'ensemble des informations qualitatives et quantitatives mesurant les performances du Groupe en matière de responsabilité d'entreprise (compilation par zones géographiques, définitions des indicateurs, historiques, commentaires, etc.), sont présentées au chapitre 5 (Responsabilité d'entreprise) du document de référence.

Les procédures de reporting relatives aux informations sociales et environnementales ont été revues par le cabinet Ernst & Young, Commissaires aux comptes de Rexel.

Social	2008*
<b>Effectifs</b>	
Effectif total	33 309
% de femmes	24,2 %
% de collaborateurs en CDD	3,2 %
Âge moyen des collaborateurs	39,3 ans
Nombre de recrutements	5 684
Turnover	17,4 %
<b>Temps de travail</b>	
Taux d'absentéisme	2,6 %
<b>Formation</b>	
Budget alloué à la formation (en millions d'euros)	13,50
% de personnes formées dans l'année	43,4 %
<b>Diversité</b>	
% de collaborateurs déclarant un handicap	0,6 %
<b>Hygiène &amp; Sécurité</b>	
Taux de fréquence des accidents (par million d'heures travaillées)	9,4
Taux de gravité	0,2
% de personnes formées à la sécurité	31,8 %

Environnement	2008*
<b>Consommations</b>	
- Consommation d'électricité (en GWH)	313
- Consommation de gaz (en GWH)	123
- Consommation de fuel (en millions de litres)	6,03
- Consommation de matières premières (en tonnes)	4 600
dont : * carton	2 420
* plastique	685
- Consommation de papier (en tonnes)	2 700
- Consommation de carburant (en millions de litres)	24
<b>Déchets</b>	
Quantité totale de déchets produits (en milliers de tonnes)	235,5
% d'agences effectuant le recyclage des DEEE	> 50 %
<b>Émissions de CO<sub>2</sub></b>	
Émissions totales (en tonnes équivalent carbone)	76 500

\* Le périmètre de reporting 2008 prend en compte les entités Hagemeyer acquises en cours d'année.

En 2007 et 2008, Rexel a refondu et amélioré les protocoles de reporting environnemental et social (mise en place d'un outil informatique dédié), ce qui a permis un accroissement significatif du niveau de contrôle relatif aux données des filiales.

# Comptes consolidés

## Compte de résultat consolidé

EXERCICE CLOS LE 31 DÉCEMBRE (EN MILLIONS D'EUROS)

	2008	2007
Chiffre d'affaires	12 861,6	10 704,4
Coût des ventes	(9 799,3)	(8 088,8)
<b>Marge brute</b>	<b>3 062,3</b>	<b>2 615,6</b>
Frais administratifs et commerciaux	(2 432,3)	(1 967,2)
<b>Résultat opérationnel avant autres produits et charges</b>	<b>630,0</b>	<b>648,4</b>
Autres produits	124,4	6,9
Autres charges	(201,0)	(84,8)
<b>Résultat opérationnel</b>	<b>553,4</b>	<b>570,5</b>
Produits financiers	74,7	43,0
Coût de l'endettement financier	(224,8)	(172,3)
Charges financières liées au refinancement	(11,0)	(165,9)
Autres charges financières	(49,1)	(24,0)
<b>Charges financières (nettes)</b>	<b>(210,2)</b>	<b>(319,2)</b>
<b>Résultat net avant impôt</b>	<b>343,2</b>	<b>251,3</b>
Charge d'impôt sur le résultat	(111,7)	(107,8)
<b>Résultat net</b>	<b>231,5</b>	<b>143,5</b>
<b>Dont :</b>		
Résultat net - Part du Groupe	230,2	143,0
Résultat net - Part des minoritaires	1,3	0,5
<b>Résultat net par action :</b>		
Résultat de base par action (en euros)	0,90	0,65
Résultat dilué par action (en euros)	0,88	0,64



## Bilan consolidé

EXERCICE CLOS LE 31 DÉCEMBRE (EN MILLIONS D'EUROS)

	2008	2007
<b>ACTIF</b>		
Goodwill	3 662,5	2 608,3
Immobilisations incorporelles	927,3	686,0
Immobilisations corporelles	317,1	272,1
Actifs financiers non courants	54,3	76,8
Actifs d'impôts différés	238,1	127,4
<b>Total des actifs non courants</b>	<b>5 199,3</b>	<b>3 770,6</b>
Stocks	1 329,0	1 143,2
Créances clients	2 363,3	2 018,5
Créances d'impôt courant	4,0	1,4
Autres actifs	477,7	422,6
Actifs destinés à être cédés	4,6	0,0
Trésorerie et équivalents de trésorerie	807,0	515,2
<b>Total des actifs courants</b>	<b>4 985,6</b>	<b>4 100,9</b>
<b>Total des actifs</b>	<b>10 184,9</b>	<b>7 871,5</b>
<b>CAPITAUX PROPRES</b>		
Capital social	1 280,0	1 280,0
Prime d'émission	1 409,9	1 409,9
Réserves	534,4	531,4
<b>Total des capitaux propres part du Groupe</b>	<b>3 224,3</b>	<b>3 221,3</b>
Intérêts minoritaires	24,4	6,0
<b>Total des capitaux propres</b>	<b>3 248,7</b>	<b>3 227,3</b>
<b>DETTES</b>		
Dettes financières (part à long terme)	3 454,6	1 999,1
Avantages du personnel	175,4	125,6
Passifs d'impôts différés	222,3	161,5
Provisions et autres passifs non courants	223,8	52,8
<b>Total des passifs non courants</b>	<b>4 076,1</b>	<b>2 339,0</b>
Dettes financières (part à court terme)	276,1	118,1
Intérêts courus	8,3	4,6
Dettes fournisseurs	1 930,0	1 659,3
Dettes d'impôt courant	21,5	24,0
Autres dettes	624,2	499,2
<b>Total des passifs courants</b>	<b>2 860,1</b>	<b>2 305,2</b>
<b>Total des passifs</b>	<b>6 936,2</b>	<b>4 644,2</b>
<b>Total des passifs et des capitaux propres</b>	<b>10 184,9</b>	<b>7 871,5</b>

## Variation des capitaux propres consolidés

(EN MILLIONS D'EUROS)

	CAPITAL SOCIAL	PRIMES D'ÉMISSION	RÉSULTATS ACCUMULÉS NON DISTRIBUÉS	RÉSERVE DE CONVERSION	JUSTE VALEUR	ACTIONS PROPRES	TOTAL ATTRIBUABLE AU GROUPE	INTÉRÊTS MINORITAIRES	TOTAL
<b>Au 1<sup>er</sup> janvier 2007</b>	<b>630,5</b>	<b>1,6</b>	<b>333,3</b>	<b>5,3</b>	<b>12,3</b>	<b>-</b>	<b>983,0</b>	<b>5,6</b>	<b>988,6</b>
Écarts de conversion				(24,1)			(24,1)	(0,1)	(24,2)
Couvertures de flux de trésorerie					(6,9)		(6,9)		(6,9)
Titres disponibles à la vente					(0,3)		(0,3)		(0,3)
<b>Produits et charges comptabilisés directement en capitaux propres</b>	<b>-</b>	<b>-</b>		<b>(24,1)</b>	<b>(7,2)</b>		<b>(31,3)</b>	<b>(0,1)</b>	<b>(31,4)</b>
Résultat net			143,0				143,0	0,5	143,5
<b>Total des produits et charges comptabilisés au titre de la période</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>143,0</b>	<b>(24,1)</b>	<b>(7,2)</b>		<b>111,7</b>	<b>0,4</b>	<b>112,1</b>
Augmentation de capital	649,5	1 408,3	14,7				2 072,5		2 072,5
Paiements fondés sur des actions			62,4				62,4		62,4
Actions propres						(8,3)	(8,3)		(8,3)
Intérêts minoritaires des sociétés acquises ou cédées							-		
<b>Au 31 décembre 2007</b>	<b>1 280,0</b>	<b>1 409,9</b>	<b>553,4</b>	<b>(18,8)</b>	<b>5,1</b>	<b>(8,3)</b>	<b>3 221,3</b>	<b>6,0</b>	<b>3 227,3</b>
Écarts de conversion	-	-	-	(123,0)	-	-	(123,0)	0,7	(122,3)
Couvertures de flux de trésorerie	-	-	-	-	(29,9)	-	(29,9)	-	(29,9)
Titres disponibles à la vente	-	-	-	-	0,3	-	0,3	-	0,3
<b>Produits et charges comptabilisés directement en capitaux propres</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>(123,0)</b>	<b>(29,6)</b>		<b>(152,6)</b>	<b>0,7</b>	<b>(151,9)</b>
Résultat net	-	-	230,2	-	-	-	230,2	1,3	231,5
<b>Total des produits et charges comptabilisés au titre de la période</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>230,2</b>	<b>(123,0)</b>	<b>(29,6)</b>		<b>77,6</b>	<b>2,0</b>	<b>79,6</b>
Paiements fondés sur des actions	-	-	22,0	-	-	-	22,0	-	22,0
Actions propres	-	-	-	-	-	(2,2)	(2,2)	-	(2,2)
Dividendes payés	-	-	(94,4)	-	-	-	(94,4)	-	(94,4)
Intérêts minoritaires des sociétés acquises ou cédées	-	-	-	-	-	-	-	16,4	16,4
<b>Au 31 décembre 2008</b>	<b>1 280,0</b>	<b>1 409,9</b>	<b>711,2</b>	<b>(141,8)</b>	<b>(24,5)</b>	<b>(10,5)</b>	<b>3 224,3</b>	<b>24,4</b>	<b>3 248,7</b>

## Informations par secteur géographique

POUR LES EXERCICES CLOS LE 31 DÉCEMBRE (EN MILLIONS D'EUROS)

	EUROPE		AMÉRIQUE DU NORD		ASIE - PACIFIQUE		AUTRES MARCHÉS ET ACTIVITÉS		CONSOLIDÉ	
	2008	2007	2008	2007	2008	2007	2008	2007	2008	2007
<b>Éléments du compte de résultat</b>										
Chiffre d'affaires	7 166,6	5 041,9	4 404,8	4 806,1	881,9	797,2	408,3	59,2	12 861,6	10 704,4
Résultat opérationnel avant amortissement, autres produits et autres charges	410,8	409,7	241,1	266,9	65,7	53,9	14,9	(5,1)	732,5	725,4
Amortissements	(57,1)	(35,0)	(30,0)	(31,3)	(5,6)	(3,7)	(9,8)	(7,0)	(102,5)	(77,0)
Résultat opérationnel avant autres produits et autres charges	353,7	374,7	211,0	235,6	60,1	50,2	5,2	(12,1)	630,0	648,4
Dépréciation du goodwill	(76,2)	(8,2)	-	-	(11,2)	-	-	-	(87,4)	(8,2)
<b>Éléments du tableau de flux de trésorerie</b>										
Dépenses d'investissement (nettes des cessions)	(30,0)	8,1	(15,6)	(22,9)	(4,5)	(3,3)	41,4	(2,5)	(8,7)	(20,6)
<b>Éléments du bilan</b>										
Goodwill	2 585,0	1 475,8	902,2	927,7	174,0	204,5	1,3	0,4	3 662,5	2 608,3
Actifs non courants (hors actifs d'impôts différés & goodwill)	979,9	649,7	237,3	256,4	46,7	56,4	34,8	72,4	1 298,7	1 034,9
Actifs courants (hors créances d'impôt courant)	2 698,2	2 097,8	1 070,7	1 153,9	236,3	269,9	164,8	62,7	4 170,0	3 584,3
Passifs courants (hors dettes d'impôt courant et endettement financier)	(1 755,8)	(1 325,0)	(544,5)	(598,9)	(151,1)	(168,3)	(102,8)	(66,3)	(2 554,2)	(2 158,5)

# Flux de trésorerie

EXERCICE CLOS LE 31 DÉCEMBRE (EN MILLIONS D'EUROS)

2008

2007

FLUX DE TRÉSORERIE PROVENANT DES ACTIVITÉS OPÉRATIONNELLES		
Résultat opérationnel	553,4	570,5
Amortissements et dépréciation d'actifs	196,6	85,2
Avantages au personnel	(15,1)	(6,4)
Variation des autres provisions	25,3	(5,0)
Autres éléments opérationnels sans effet sur la trésorerie	(96,1)	59,7
Intérêts payés	(186,7)	(217,7)
Impôt payé	(109,8)	(41,8)
<b>Flux de trésorerie des activités opérationnelles avant variation du besoin en fonds de roulement</b>	<b>367,6</b>	<b>444,5</b>
Variation des stocks	139,0	(50,5)
Variation des créances clients	185,1	(11,2)
Variation des dettes fournisseurs	(187,4)	54,3
Variations des autres créances et autres dettes	(3,0)	(5,6)
<b>Variation du besoin en fonds de roulement</b>	<b>133,7</b>	<b>(13,0)</b>
<b>Trésorerie nette provenant des activités opérationnelles</b>	<b>501,3</b>	<b>431,5</b>
FLUX DE TRÉSORERIE PROVENANT DES ACTIVITÉS D'INVESTISSEMENT		
Acquisition d'immobilisations corporelles	(96,8)	(72,7)
Produits de cession d'immobilisations corporelles	88,1	52,1
Acquisition de filiales, sous déduction de la trésorerie acquise	(3 226,2)	(116,8)
Cession de filiales, sous déduction de la trésorerie cédée	905,2	4,9
Variation des placements à long terme	853,6	(51,7)
<b>Trésorerie nette provenant des activités d'investissement</b>	<b>(1 476,1)</b>	<b>(184,2)</b>
FLUX DE TRÉSORERIE PROVENANT DES ACTIVITÉS DE FINANCEMENT		
Produits de l'émission d'action	-	1 005,0
Rachat d'actions propres	(3,3)	(8,3)
Variation nette des facilités de crédit et autres dettes financières	1 030,8	(1 212,9)
Variation nette des financements reçus au titre des programmes de titrisation	354,0	42,2
Remboursement des dettes résultant des contrats de location-financement	(66,3)	(26,9)
Dividendes versés	(94,4)	0,0
<b>Trésorerie nette provenant des activités de financement</b>	<b>1 220,8</b>	<b>(200,9)</b>
Augmentation nette de la trésorerie et des équivalents de trésorerie	246,0	46,4
Trésorerie et équivalents de trésorerie à l'ouverture	515,2	473,1
Effet de la variation des taux de change et autres éléments de réconciliation	45,8	(4,3)
<b>Trésorerie et équivalents de trésorerie à la clôture</b>	<b>807,0</b>	<b>515,2</b>

Ce document a été réalisé par la Direction de la communication et du Développement durable du groupe Rexel.

Rexel remercie ses collaborateurs et partenaires qui ont participé aux photographies illustrant ce document. Les informations contenues dans le présent document font l'objet de développements complémentaires dans le document de référence Rexel 2008 (déposé auprès de l'AMF). Toute la documentation institutionnelle du groupe Rexel est téléchargeable sur le site internet [www.rexel.com](http://www.rexel.com).

Crédits photos : Botniabanan AB's Library, John Boykin, CedricM video, Corbis (Andy Aitchison, Jim Craigmyle, Owaki-Kulla, Louie Psihoyos, Roger Ressmeyer), Expo Even, Eyedea/Rapho (Age Fotostock, FSG, Hoa-Quy, Gérard Sioen), Gettyimages (Eightfish, Greg Elms, Justin Guariglia, Alex Maclean, David Madison, Chris Ryan, Somos/Veer, Jan Stromme), Graphix Images (Augusto Da Silva, Laurent Zylberman), Hagemeyer (Arno Masse, Jacqueline Dubbink), Jupiter Images (Jo Kircher), Michel Labelle, Jean Erik Pasquier, Plainpicture/Arturimages, Xavier Renaud, Gérard Uféras.

Conception-réalisation : W & CIE

Publication : mai 2009

Ce document est imprimé sur du papier issu de fibres provenant de forêts gérées de manière durable, dans une usine certifiée ISO 14001 et EMAS, par un imprimeur labellisé *Imprim' Vert*.





**Rexel**

Direction de la Communication  
et du Développement durable  
189-193 Bd Malesherbes  
75017 Paris France

Tél. : + 33 (0)1 42 85 85 00

Fax : + 33 (0)1 42 85 92 02

**[www.rexel.com](http://www.rexel.com)**