



# Rapport d'activité 2007



Distributeur  
de matériel  
et de solutions  
électriques

N°2 en Europe

N°1 en Amérique  
du Nord

696  
agences  
Canada  
Etats-Unis

9 700  
collaborateurs

1 481  
agences

20 800  
collaborateurs

Allemagne  
Autriche  
Belgique  
Espagne  
Estonie  
Finlande  
France  
Hongrie  
Irlande  
Italie  
Lettonie  
Lituanie

Luxembourg  
Norvège  
Pays-Bas  
Pologne  
Portugal  
République Tchèque  
Royaume-Uni  
Russie  
Slovaquie  
Slovénie  
Suède  
Suisse

Autres

103  
agences  
Chili  
Activités ACE,  
Conectis, Citadel...

1 600  
collaborateurs

N°1 en Asie-Pacifique

325  
agences

2 700  
collaborateurs

Australie  
Chine  
Indonésie  
Malaisie  
Nouvelle-Zélande  
Singapour  
Thaïlande

14,3

milliards d'euros  
de chiffre d'affaires  
2007 pro forma

2 600

agences

34 800

collaborateurs

## Sommaire

■ <b>Notre marché, nos clients, notre métier</b>	2
■ <b>Stratégie</b>	
Message du Président du Conseil de surveillance	8
Interview du Président du Directoire	10
Le gouvernement d'entreprise	13
Le comité exécutif	14
Trois axes stratégiques au service d'une croissance durable	16
Les résultats 2007 en chiffres clés	18
Acquisition de Hagemeyer : une nouvelle dimension pour Rexel	20
■ <b>Offre : Créer de la valeur ajoutée pour nos clients</b>	
Distribuer au plus près des besoins	26
Innover en matière d'offre et de services	30
Adapter notre modèle en fonction des clients	33
■ <b>Organisation : Au service de l'excellence opérationnelle</b>	
Optimiser la chaîne logistique	38
Renforcer les relations fournisseurs	40
■ <b>Responsabilités : Inscrire nos actions dans la durée</b>	
Mobiliser et développer les compétences	44
Une préoccupation légitime pour l'environnement	48
■ <b>Activité financière : Levier de notre croissance rentable</b>	
La stratégie financière de Rexel	52
Relations actionnaires	54
Rapport de gestion simplifié	56
Comptes consolidés	57

# La création de valeur au cœur du modèle Rexel

## Nos produits

### + Pertinence

#### Une offre organisée par grandes fonctions

- Bâtiment communicant
- Génie climatique
- Énergies maîtrisées
- Éclairage
- Sécurité
- Automatismes industriels
- ...

### + Qualité

#### Des solutions sélectionnées parmi les plus grandes marques

3M	La Triveneta
ABB	Legrand
Acuity Brands	Leviton
Atlantic	Nexans
CME Wire & Cable	Osram
Cooper	Panduit
Eaton	Philips Lighting
EGS Electrical	Prysmian
General Cable	Rockwell Automation
General Electric	Schneider Electric
Genlyte	Siemens
Hager	Southwire
Hubbel	Thomas & Betts
	...

## Notre réseau de distribution

### + Proximité

#### 2 600 points de vente

- Vente au comptoir
- Par téléphone
- Commerciaux itinérants

#### E-commerce

### + Expertise

#### Au service de problématiques variées

- Enseignes et labels  
spécialisés
- Équipes Grands  
Comptes
- Experts métiers

### + Disponibilité

#### Des centres logistiques assurant la livraison de 35 000 références à J+1

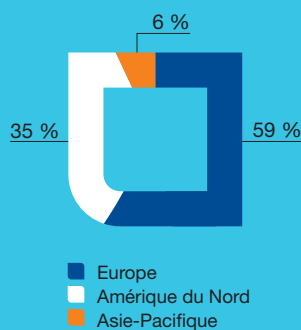
# Rexel, leader mondial de la distribution de matériel et solutions électriques

Avec plus de 2 600 points de vente dans 34 pays, Rexel commercialise le matériel électrique et les solutions qui équipent l'industrie, l'habitat et le bâtiment tertiaire.

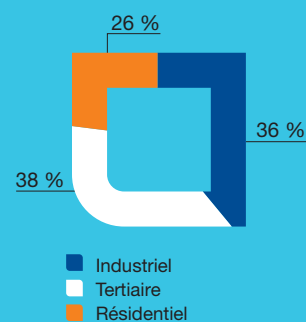
Qu'il soit artisan ou Grand Compte, chacun de nos clients professionnels bénéficie d'une largeur d'offre et d'une disponibilité uniques en matière d'éclairage, d'équipement électrique, de sécurité, de communication ou encore d'économie d'énergie. Engagés au quotidien, les 34 800 collaborateurs du Groupe apportent expertise et services à valeur ajoutée.

Notre stratégie de croissance rentable, fondée sur l'esprit de conquête commerciale, l'excellence opérationnelle et la solidité financière, fait de Rexel un leader mondial performant et une référence sur son secteur.

Chiffre d'affaires pro forma 2007 par zone géographique\*



Chiffre d'affaires pro forma 2007 par marché\*



Les informations de cette double page sont sur base pro forma : Comme si les événements suivants étaient intervenus au 1<sup>er</sup> janvier 2007 : les acquisitions réalisées en 2007, l'acquisition de Hagemeyer, les cessions et échanges d'actifs convenus avec Sonepar et la cession d'une partie des activités de distribution de matériel électrique de Hagemeyer en Irlande.

\* excluant les activités du Chili, d'ACE et certaines activités pilotées par le Groupe (Conectis, Citadel...)



A photograph of a modern, multi-story building at dusk. The building has a light-colored facade and large windows. Some windows are illuminated from within, showing a warm orange glow. The sky is a deep blue. In the foreground, there are concrete steps leading up to the building, and a glass railing is visible on the right side. The overall scene is a mix of architectural lines and natural light.

## Notre marché

**Estimé à 153 milliards d'euros**, le marché mondial de la distribution professionnelle de matériel électrique basse tension et courants faibles est structurellement porteur au-delà des fluctuations conjoncturelles qui affectent actuellement le secteur du bâtiment.

**En matière de construction ou de rénovation**, d'installation ou d'entretien des infrastructures industrielles, le matériel électrique évolue vers toujours plus de fonctionnalités et les besoins augmentent.

**Dans les pays émergents d'Asie et d'Europe de l'Est**, la forte croissance des économies et l'accès du plus grand nombre à l'énergie électrique contribuent au développement rapide du marché.

**Dans les pays industrialisés**, les enjeux environnementaux, les évolutions réglementaires, et les innovations dans le domaine du confort, de la communication et des automatismes industriels constituent de nouveaux leviers de croissance pour la distribution de matériel électrique.



## En Chine, Rexel devient le distributeur international le plus important

En 2007 et 2008, Rexel a signé deux accords de partenariat en Chine. Avec Huazhang Electric Automation et Suzhou Xidian, le Groupe se renforce sur le marché des automatismes industriels afin d'accompagner la forte croissance du marché chinois.





## Nos clients

### **Au fil des ans, le métier des professionnels de l'électricité**

– artisans, entreprises d'installation et sociétés industrielles – a fortement évolué. Les technologies progressent et la demande de confort et de sécurité a permis l'émergence de nouvelles solutions : les automatismes, la gestion de l'énergie, ou encore les systèmes de contrôle occupent aujourd'hui une place sans cesse croissante dans les bâtiments et les infrastructures industrielles.

**Pour répondre aux exigences des utilisateurs,** les installateurs doivent en permanence se former et faire appel à des experts pour la conception et la réalisation de leurs chantiers complexes.

**Dans l'industrie,** les clients souhaitent optimiser leurs achats et leurs stocks, recherchent des solutions complètes et un service sur-mesure, tout en privilégiant un interlocuteur unique.

**Présents au quotidien sur le terrain et partenaires du développement de leurs clients,** les distributeurs sont plus que jamais les interlocuteurs clés dans l'accompagnement de ces évolutions.





## Rexel développe les transactions électroniques au service de tous ses clients

En 2007, Rexel continue à développer ses systèmes d'e-commerce pour les installateurs et renforce les liaisons EDI (échanges de données informatisées) avec ses clients Grands Comptes. Ces progiciels permettant une meilleure productivité et un pilotage mutualisé des opérations allant de la commande au suivi des livraisons en temps réel.





## Notre métier

**La distribution professionnelle de matériel électrique** est un secteur encore très fragmenté dans lequel, en 2007, les sept premiers acteurs mondiaux ne réalisent qu'un quart du chiffre d'affaires total.

**Avec la sophistication des produits et de la demande,** le rôle des distributeurs ne cesse d'évoluer. Dans les pays industrialisés, les distributeurs sont les partenaires privilégiés des installateurs professionnels ; ils proposent une offre large de produits et de conseils sur mesure, renouvelée sans cesse et accessible grâce à des modes de distribution diversifiés, comme le commerce électronique.

**Dans les pays émergents,** l'importance de la distribution s'accroît à mesure que les marchés gagnent en maturité. Les grands projets industriels et les infrastructures complexes demandent une capacité d'accompagnement que seuls les acteurs internationaux peuvent aujourd'hui mettre en œuvre.





## Avec Hagemeyer, Rexel renforce son leadership en Europe

En 2008, Rexel fait l'acquisition d'une partie significative des actifs européens de Hagemeyer, numéro 3 du secteur. Grâce aux nombreuses complémentarités entre les deux entreprises, et à l'apport d'un chiffre d'affaires additionnel de 3,5 milliards d'euros, le Groupe renforce sa présence en Europe et enrichit ses expertises vers les clients industriels et Grands Comptes.



## Roberto Quarta

### Président du Conseil de surveillance

**2007 aura été une année marquante dans l'histoire de Rexel.**

Le Groupe a mené de front des projets qui constituent d'excellentes opportunités pour le développement futur de l'entreprise – retour en Bourse en avril 2007, lancement d'une offre d'acquisition sur Hagemeyer, le numéro 3 du secteur – mais également délivré une solide performance opérationnelle dans

une conjoncture économique mondiale contrastée.

Avant de revenir sur ces deux étapes stratégiques, je souhaite saluer les excellentes performances du Groupe en 2007. Celles-ci résultent d'un modèle de développement qui allie croissance et rentabilité. Le succès de cette stratégie a permis à Rexel de renforcer sa trésorerie et de réduire rapidement son endettement.

Le Groupe a délivré  
**une solide performance opérationnelle** dans une conjoncture économique mondiale contrastée.

Les excellentes performances  
du Groupe en 2007 résultent d'un  
**modèle de développement**  
qui allie croissance et rentabilité.

Ces résultats sont le fruit d'une équipe dirigeante de qualité, engagée dans la mise en œuvre rigoureuse de la stratégie de développement du Groupe. Elle a su faire preuve de pragmatisme et d'une forte capacité d'adaptation dans un environnement difficile, en particulier aux États-Unis. Face au ralentissement du marché de la construction résidentielle dans ce pays, des actions ont été mises en place très rapidement pour adapter nos efforts commerciaux et les coûts.

Fort de ces excellents résultats, Rexel est bien positionné pour saisir les nouvelles perspectives de développement que l'acquisition de Hagemeyer va lui offrir. Cette acquisition renforce le profil du Groupe à travers la création d'une plateforme commune de croissance rentable, elle offre un champ élargi pour la mise en œuvre des leviers opérationnels, et sera synonyme de plus de création de valeur pour les actionnaires.

Après l'acquisition de Gexpro en août 2006, qui a fait de Rexel le leader américain de la distribution de matériel électrique, l'acquisition de Hagemeyer est une opportunité pour développer de façon significative les activités du Groupe en Europe et accentuer un leadership local, source de rentabilité accrue.

2007 a aussi été l'année du retour en Bourse de Rexel. Le capital a été ouvert à hauteur de 24 % et les actionnaires historiques ont témoigné de leur confiance dans le management et dans la société en conservant leur participation au capital de l'entreprise. Le choix du retour en Bourse a été fait afin d'offrir au Groupe des capacités accrues de développement.

Avec une bonne performance opérationnelle, mais subissant en toile de fond les préoccupations concernant le ralentissement économique et l'inquiétude qui pèse sur les marchés financiers, la performance du cours de Bourse se situe en dessous des attentes. Je reste cependant très confiant dans la solidité des fondamentaux de Rexel et ne doute pas que celle-ci soit à terme reflétée dans le cours de Bourse.

Le marché de la distribution de matériel électrique reste très fragmenté, et recèle d'importantes opportunités à la fois dans les pays émergents où la distribution se structure, et dans les pays matures dans lesquels des renforcements régionaux et la demande de services à valeur ajoutée permettent d'améliorer significativement les performances. Rexel est plus que jamais en bonne position pour capter tout le potentiel de développement du secteur à moyen et long terme.

Le Conseil de surveillance et moi-même sommes convaincus que les équipes de management de Rexel sauront dans le futur tout mettre en œuvre pour renforcer la compétitivité et la croissance du Groupe, et générer ainsi de la valeur pour chacune des parties prenantes. ■







## Jean-Charles Pauze

### Président du Directoire

#### **Quel regard portez-vous sur les résultats de l'année 2007 ?**

2007 a été une année de solide performance. En effet, Rexel a dégagé un résultat opérationnel courant de 658 millions d'euros, soit 6,1 % des ventes, dépassant nos objectifs de rentabilité. Notre chiffre d'affaires a enregistré une hausse de 15,1 % pour atteindre 10,7 milliards d'euros et notre résultat net s'est établi à 312 millions d'euros,

avant les coûts liés à l'introduction en Bourse. Parallèlement, nous avons généré davantage de cash, 670 millions d'euros, soit une augmentation de 37 % par rapport à fin 2006.

Enfin, nous avons démontré notre capacité à réduire rapidement notre endettement, puisque le ratio dette nette sur EBITDA pro forma est passé de 3,1 en 2006 à 2,3 à l'issue de cet exercice.

L'acquisition de Hagemeyer constitue une **opération industrielle majeure** pour le secteur et pour notre Groupe.

Cette performance, d'autant plus remarquable que l'environnement était difficile, confirme la pertinence de notre modèle d'entreprise et l'efficacité de la mise en œuvre de notre stratégie.

### **Quelles actions avez-vous mis en place pour faire face à une conjoncture de plus en plus difficile, notamment aux États-Unis ?**

Notre aptitude à réagir vite a été déterminante. Plus de la moitié de nos coûts sont variables ou flexibles, d'où notre grande capacité d'ajustement. Ainsi, nos effectifs aux États-Unis ont baissé de 6,3 %, représentant une diminution de 1,4 % sur l'ensemble du Groupe à périmètre constant.

L'intégration de Gexpro (ex-GE Supply) est incontestablement l'un des succès de 2007. Elle a apporté au Groupe de nouveaux savoir-faire, notamment en matière de développement de grands projets, et permis de dégager des synergies significatives plus rapidement que prévu. Elle reflète la capacité du Groupe en matière d'intégration des équipes, des activités et des systèmes.

### **Quelles sont les clés de la performance du Groupe ?**

Notre stratégie est basée sur trois axes : la croissance organique, l'amélioration continue de nos leviers opérationnels et une politique d'acquisitions sélectives.

Qu'ils soient industriel, résidentiel ou tertiaire, les marchés sur lesquels nous opérons exigent toujours plus d'innovation et de technicité dans les produits et les solutions électriques : automatismes industriels, maîtrise

Pour les années à venir, nos leviers de croissance et de rentabilité recèlent d'importants potentiels.

des énergies, confort ou sécurité. Pour accompagner ces évolutions, nous apportons à nos clients plus de proximité, de conseils, de services sur-mesure, de choix et de spécialisation dans l'offre. En 2007, nous avons à la fois optimisé notre réseau de points de vente et poursuivi notre percée dans le e-commerce. Par ailleurs, nous avons su offrir davantage de services à valeur ajoutée à nos clients Grands Comptes, dont l'activité a augmenté de 11 %.

Nos leviers opérationnels, notamment les partenariats avec nos fournisseurs, l'optimisation de nos structures tarifaires et le développement sélectif de nos marques propres, ont permis d'améliorer notre taux de marge brute de 30 points de base. Nous avons également poursuivi l'optimisation de nos coûts, grâce à la rationalisation de nos structures logistiques en fonction de la densité géographique de notre clientèle et à la convergence des systèmes d'information, délivrant ainsi un meilleur retour sur capitaux employés. Pour les années à venir, nos leviers de croissance et de rentabilité recèlent d'importants potentiels.

Ces progrès sont possibles grâce à l'engagement et au professionnalisme de nos équipes. C'est pourquoi Rexel a accompagné sa réintroduction en Bourse d'un plan d'actionnariat salarié

qui a été souscrit par près de 20 % du personnel. Il me semble essentiel de continuer d'associer le plus grand nombre possible de nos collaborateurs aux performances et à la croissance de notre Groupe.

### **Fin 2007, vous avez lancé une offre pour l'acquisition du numéro 3 mondial, Hagemeyer, offre finalisée au premier trimestre 2008. En quoi cette acquisition va-t-elle changer le profil du Groupe ?**

Avec l'acquisition de la plupart des actifs européens de Hagemeyer, Rexel gagne à la fois en puissance, en capacité à résister et à créer de la valeur.

Il s'agit d'une combinaison industrielle majeure pour le secteur et pour notre Groupe. Cette opération consolide la position de leader mondial de Rexel, avec un chiffre d'affaires pro forma 2007 de 14,3 milliards d'euros et un réseau commercial densifié et élargi à 34 pays. Elle renforce par ailleurs nos positions en Europe, avec 59 % des ventes du Groupe contre 48 % fin 2007. Rexel accentue ainsi sa présence en Europe de l'Est, en Scandinavie et dans des marchés plus importants en taille comme le Royaume-Uni ou l'Espagne, où nous devenons n°1. Nous réalisons désormais 96 % de nos ventes, contre







Très attractif,  
Rexel est plus que jamais  
en ordre de marche pour  
**accroître  
ses performances**  
et créer de la valeur.



78 % auparavant, dans des pays où notre part de marché dépasse 10 %. Avec le savoir-faire de Hagemeyer sur le marché industriel et auprès des Grands Comptes, notre activité s'accroît sur ces segments particulièrement porteurs.

Fort de notre expérience éprouvée en matière d'intégration et de nos bons résultats avec Gexpro, nous estimons que les synergies annuelles attendues d'ici à 2011 représentent 1,5 % du chiffre d'affaires 2007 acquis. Nous travaillons maintenant activement avec les équipes de Hagemeyer pour assurer une transition efficace et mutualiser nos énergies au service d'une performance accélérée.

### **Rexel aura-t-il les moyens de poursuivre sa politique d'acquisitions ?**

Rexel a toujours été un acteur clé de la consolidation du marché et continuera de l'être. Sur un secteur

estimé à 153 milliards d'euros, nous ne détenons aujourd'hui que 9 % de part de marché. Nous continuerons naturellement notre politique de croissance externe dans les années à venir afin de renforcer nos positions locales, facteur de développement et de rentabilité. En 2008, nous serons très sélectifs sur les acquisitions complémentaires, de petite ou moyenne taille, avec un montant d'investissement d'environ 100 millions d'euros.

### **Quelles sont les perspectives de Rexel pour 2008 ?**

Les tendances macroéconomiques que nous observons sont contrastées, tant en termes de marchés finaux qu'en termes géographiques. En Europe, nous assistons à une croissance régulière mais modérée des marchés industriel et tertiaire, avec une stabilisation de l'activité résidentielle. En Amérique du Nord, nous n'anticipons aucune amélioration pour le segment résidentiel avant 2009, et prévoyons un affaiblissement de l'activité tertiaire. Mais dans cette région, l'activité industrielle, qui représente plus de la moitié de nos ventes, continuera de croître. Enfin, l'Asie-Pacifique verra une croissance toujours soutenue sur ses trois marchés finaux.

Sur la base de ces hypothèses, et partant d'un profil financier pro forma 2007 intégrant Hagemeyer sur 12 mois, Rexel devrait réaliser en 2008 une croissance limitée de son chiffre d'affaires, à marge d'EBITA comparable. À moyen terme, la croissance du chiffre d'affaires, dans ses composantes organique et externe, devrait s'établir entre 4 à 6 % et la marge d'EBITA à au moins 100 points de base supplémentaires par rapport à 2007, avec Hagemeyer.

### **Quelles sont les raisons d'investir aujourd'hui dans Rexel ?**

Notre modèle d'entreprise a fait ses preuves et s'appuie sur des fondamentaux solides : esprit de conquête commerciale, excellence opérationnelle et discipline financière.

Notre stratégie de croissance rentable va désormais s'appliquer avec la même détermination et la même rigueur sur une plateforme élargie et plus équilibrée. Avec les acquisitions européennes de Hagemeyer, Rexel est encore mieux positionné pour exploiter les gisements de croissance structurelle, notamment sur le marché industriel, dans les pays émergents ou encore avec les Grands Comptes. Très attractif, Rexel est plus que jamais en ordre de marche pour accroître ses performances et créer de la valeur. ■

# Le gouvernement d'entreprise

Suite à son introduction en Bourse intervenue le 4 avril 2007, le groupe Rexel a fait évoluer sa structure de gouvernance. Rexel est une société anonyme à Directoire et Conseil de surveillance lui permettant de faire appel public à l'épargne et, d'autre part, de distinguer les fonctions de gestion et de contrôle dévolues respectivement au Directoire et au Conseil de surveillance.

## Le Directoire

### ■ Jean-Charles Pauze

Président du Directoire

### ■ Nicolas Lwoff

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

### Président

■ Roberto Quarta

### Vice-Président

■ Patrick Sayer

### Membres

■ François David\*

■ Eurazeo représenté  
par Gilbert Saada

■ Fritz Fröhlich\*

■ Luis Marini-Portugal

■ Djamel Moussaoui

■ David Novak

■ Guido Padovano

■ Joseph L. Rice

### Censeur

■ Joe Adorjan

\* 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), Luis Marini-Portugal, Djamel Moussaoui et David Novak.

Il a notamment pour mission 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 3 fois au cours de l'exercice 2007. Sous l'égide de la gouvernance en vigueur avant l'admission de Rexel SA sur le marché Euronext Paris, le comité d'audit de Rexel Distribution s'est réuni pour examiner les comptes 2006.

### 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 une fois au cours de l'exercice 2007.

### 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 trois fois au cours de l'exercice 2007.

### Comité stratégique

Le comité stratégique est composé de David Novak (son Président), François David, Djamel Moussaoui et Patrick Sayer. 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 quatre fois au cours de l'exercice 2007.

*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

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 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 Mitch Williams**

Directeur général de Gexpro

**2 Jérémy de Brabant**

Directeur général de Rexel, Inc.

**3 Patrick Bérard**

Directeur général France  
et Europe Continentale Sud





5



6



7



11



12



13

**4 Henri-Paul Laschkar**

Directeur général Royaume-Uni, Irlande et Asie Pacifique

**5 Nicolas Lwoff**

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

**6 Jean-Charles Pauze**

Président du Directoire

**7 Pascal Martin**

Membre du Directoire, Directeur Opérations et Développement, Groupe

**8 Laetitia Olivier**

Directeur de la Communication

**9 Chris Hartmann**

Directeur général de International Electric Supply Corp. (Rexel USA)

**10 Paul Zekhuis**

Directeur général Europe Continentale Nord

**11 Jeff Hall**

Directeur général Canada

**12 Jean-Dominique Perret**

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

**13 Werner Hardt**

Directeur général Europe du Nord et Grands Comptes Européens

# Trois axes stratégiques

## au service d'une croissance rentable et durable

Rexel met en œuvre une stratégie de développement reposant sur trois piliers : l'accélération de la **croissance organique**, l'amélioration de la **rentabilité opérationnelle** et la poursuite de la **croissance externe** pour renforcer sa présence locale et enrichir ses savoir-faire.

Ces 3 axes stratégiques sont soutenus par une **organisation logistique** et des **systèmes d'information** performants. Ils sont portés par les **femmes et les hommes** du Groupe qui se mobilisent au quotidien pour faire de Rexel l'acteur de référence dans le domaine de la distribution professionnelle de produits et de solutions électriques.

### ■ Développer une croissance organique à long terme

Chaque année, Rexel conforte ses positions régionales en adaptant son **réseau d'agences**, l'ajustant aux bassins économiques locaux, et en organisant les compétences techniques requises. Son offre s'élargit grâce à des gammes de spécialités, proposées à travers une **structure commerciale multi-enseigne**.

Faisant de la satisfaction et de la fidélisation des clients une priorité, le Groupe développe de nouveaux **modes de distribution** comme le **commerce électronique**, renouvelle régulièrement son **offre produits** en tenant compte des besoins et des progrès technologiques, et améliore en permanence les **services** apportés aux clients.

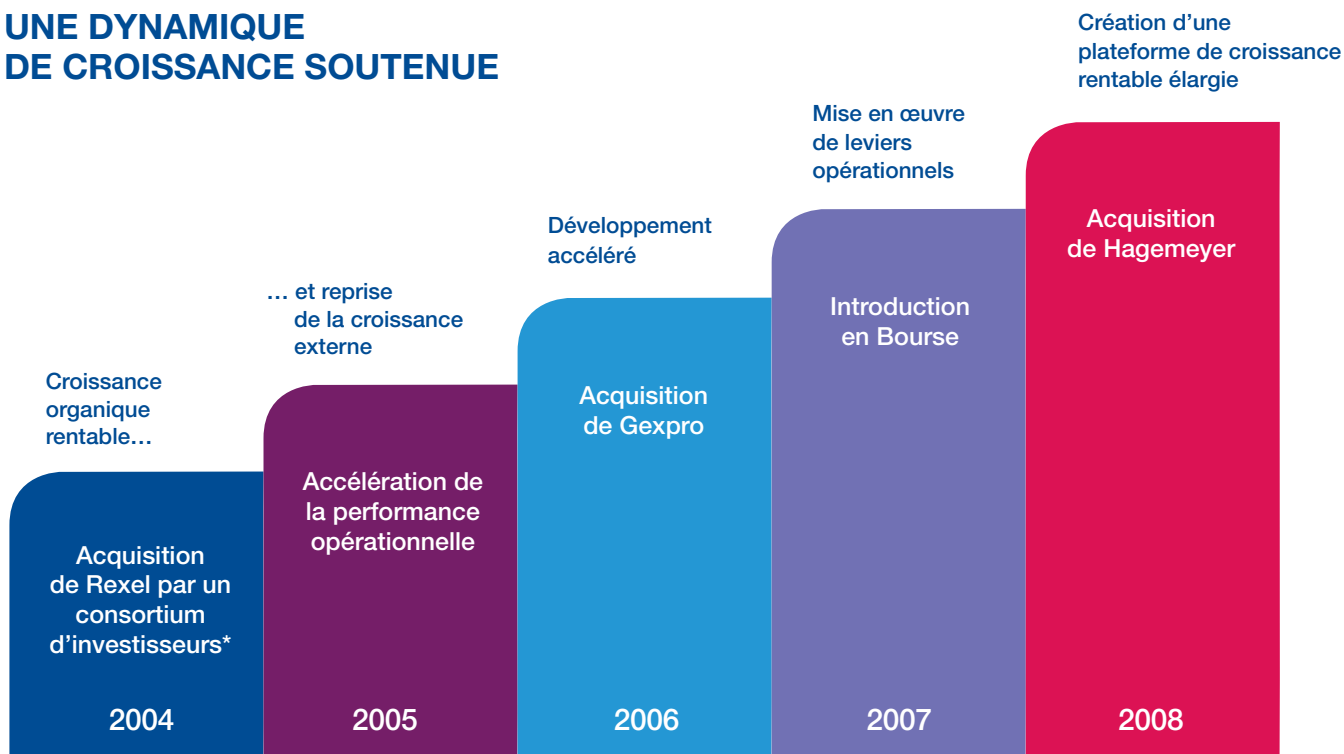
Rexel soutient le dynamisme de chacun de ses trois marchés et développe en particulier les **Grands Comptes** qui offrent un potentiel de croissance significatif.

#### Objectifs opérationnels

- Augmenter la part des ventes réalisées avec Internet.
- Renforcer la part des clients industriels.
- Développer l'activité Grands Comptes et les grands projets.
- Proposer de nouveaux services de formation et de livraison.



## UNE DYNAMIQUE DE CROISSANCE SOUTENUE



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

### ■ Privilégier l'excellence opérationnelle et optimiser les capitaux employés

Rexel renforce les partenariats avec ses **fournisseurs** afin d'améliorer sa rentabilité commerciale et la chaîne d'approvisionnement. Il optimise ses **prix de ventes**, et développe ses **marques propres** complétant l'offre et améliorant le taux de marge brute tout en conservant sa compétitivité.

Pour réduire ses coûts opérationnels, le Groupe mène une politique d'amélioration continue de la productivité de ses **structures logistiques** afin de diminuer le coût de mise à disposition et les stocks tout en optimisant la disponibilité des produits.

Enfin, l'amélioration des délais de paiement des clients et des fournisseurs, et l'optimisation des stocks lui permettent de **diminuer son besoin en fonds de roulement**.

#### Objectifs opérationnels

- Augmenter la part des achats réalisée auprès des 25 premiers fournisseurs.
- Abaisser le besoin en fonds de roulement.
- Réduire le nombre des systèmes informatiques du Groupe à travers le monde.

### ■ Poursuivre une stratégie d'acquisitions ciblées

**En 3 ans, le Groupe a plus que doublé son chiffre d'affaires.** Ce développement s'est opéré grâce à une croissance organique forte d'une part, mais également à travers une politique d'acquisitions menée à deux niveaux : **le rachat ciblé de sociétés petites et moyennes** qui reste le cœur de la politique de croissance externe de Rexel, et des **acqui-**

**sitions majeures** comme Gexpro en 2006 et Hagemeyer en 2008, opportunités industrielles que le Groupe a su saisir.

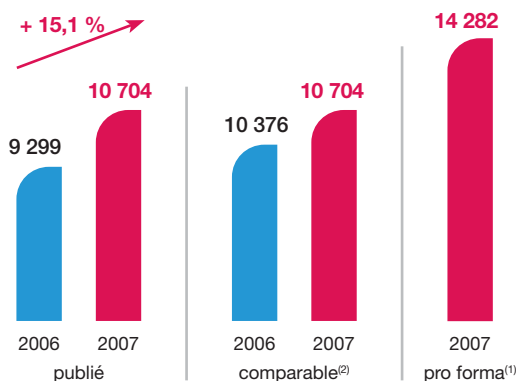
Rexel a démontré sa capacité à intégrer ses nouvelles filiales et à générer un retour rapide sur investissement. Fort de ces acquisitions, le Groupe confirme sa position d'acteur clé de la consolidation du secteur de la distribution professionnelle de matériel électrique. Dans les années à venir, Rexel souhaite poursuivre sa politique d'acquisitions ciblées.

#### Objectifs opérationnels

- Acquérir des sociétés petites et moyennes apportant un complément sectoriel, géographique ou d'expertise métier.
- Générer une croissance supplémentaire jusqu'à 2 à 3 % par an, grâce à ces acquisitions.

# En 2007, Rexel a confirmé sa **dynamique de croissance** et maintenu un **haut niveau de rentabilité**

Compte tenu de l'importance de l'acquisition en 2008 de la plupart des activités européennes de Hagemeyer, Rexel a souhaité faire connaître sa nouvelle dimension. Ainsi, Rexel présente ci-dessous ses chiffres clés sur base publiée et sur base pro forma<sup>(1)</sup> 2007.

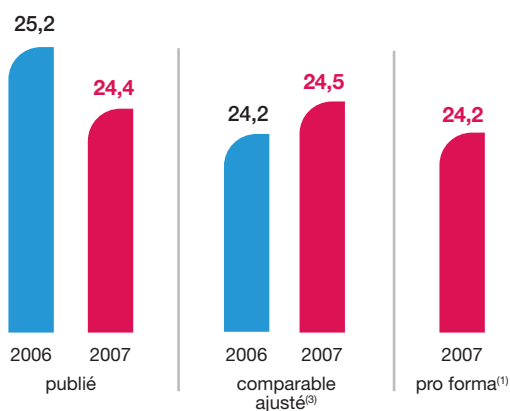


## Chiffre d'affaires consolidé (en M€)

En 2007, le chiffre d'affaires a augmenté de 15,1 %, dont 14,3 % sont dus aux acquisitions, 2,9 % à la croissance organique à nombre de jours constants, 0,3 % à la variation du nombre de jours ouvrés et - 2,7 % à l'évolution défavorable des taux de change contre l'euro.

Cette forte progression confirme la capacité du Groupe à mettre en œuvre un mode de développement fondé à la fois sur la croissance organique et les acquisitions.

Avec l'acquisition de Hagemeyer, Rexel augmente son chiffre d'affaires d'environ 30 %.

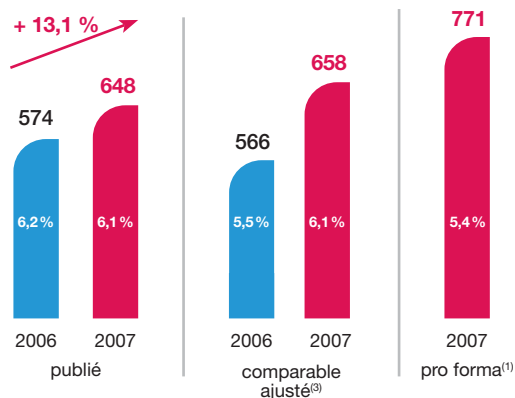


## Taux de marge brute (en % du CA)

Le taux de marge brute en base comparable et ajusté, a augmenté de 30 points de base en 2007, reflétant la qualité des initiatives commerciales du Groupe, la mise en œuvre des synergies avec Gexpro aux États-Unis, et l'efficacité des leviers opérationnels.

La progression a atteint 40 points de base en Europe et en Amérique du Nord. Le taux de marge brute a baissé de 10 points de base en Asie-Pacifique du fait du poids croissant des pays émergents à plus faible taux de marge.

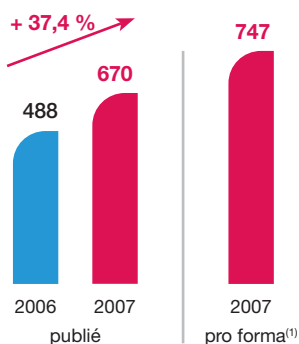
Le taux de marge brute des activités conservées de Hagemeyer étant inférieur à celui de Rexel en 2007, le taux de marge brute pro forma 2007 est inférieur au taux réel 2007.



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

(en M€ et en % du CA)

L'EBITA comparable ajusté a augmenté de 16,2 % en 2007 et s'établit à 658 millions d'euros, soit 6,1 % du chiffre d'affaires. Ceci représente une progression de 60 points de base par rapport à 2006, répartis en 30 points de base d'amélioration du taux de marge brute et 30 points de base de baisse des coûts de distribution en pourcentage du chiffre d'affaires. Sur base pro forma 2007, avec l'acquisition de Hagemeyer, la marge d'EBITA ajustée s'établit à 771 millions d'euros, soit 5,4 % du chiffre d'affaires.

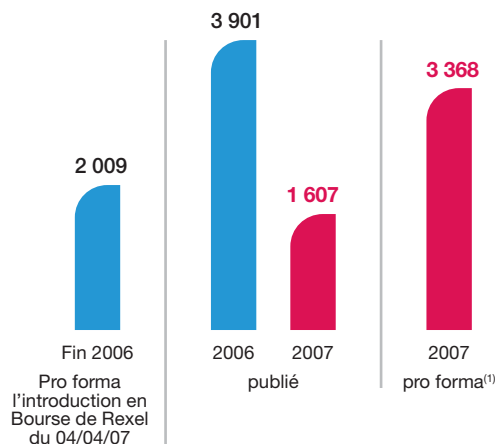


### Cash flow libre avant intérêts et impôts

(en M€)

La progression de 37 % soit 182 millions d'euros, du cash flow libre avant intérêts et impôts en 2007, est le reflet de trois facteurs de progrès :

L'augmentation du résultat opérationnel avant amortissements et autres produits et charges; l'amélioration du besoin en fonds de roulement qui passe en données comparables de 14,0 % du chiffre d'affaires en 2006 à 13,6 % en 2007 ; et la faible intensité capitalistique du Groupe, avec des investissements limités à 0,7 % du chiffre d'affaires.



### Dette financière nette

(en M€)

Le retour en Bourse de Rexel en avril 2007 a permis d'améliorer significativement la structure financière du Groupe, avec un apport de fonds propres supérieur à un milliard d'euros. Par ailleurs, le cash flow libre généré par le Groupe a permis de réduire la dette financière nette de 402 millions d'euros en 2007 pro forma l'introduction en Bourse de Rexel. Le ratio de dette financière nette sur fonds propres est donc réduit à 50 % fin 2007 et le ratio de dette financière nette sur résultat opérationnel avant amortissements et autres produits et charges, est de 2,3 fin 2007 contre 3,1 un an plus tôt en base comparable.

(1) Pro forma : Comme si les événements suivants étaient intervenus au 1<sup>er</sup> janvier 2007 : les acquisitions réalisées en 2007, l'acquisition de Hagemeyer, les cessions et échanges d'actifs convenus avec Sonepar et la cession d'une partie des activités de distribution de matériel électrique de Hagemeyer en Irlande.

(2) Comparable : à structure, taux de change et nombre de jours 2007 comparables.

(3) Comparable ajusté : hors impact non-récurrent estimé sur les stocks des variations des câbles à base de cuivre pour environ -9 millions d'euros en 2007 et, pour l'EBITA, hors amortissement des actifs incorporels résultant de l'allocation du prix d'acquisition de Hagemeyer, estimé à 15 millions d'euros par an à compter de 2007.



**3,5** milliards d'euros  
de chiffre d'affaires  
additionnel pour Rexel

**+ 50 %** de progression  
du nombre d'agences  
en Europe

## **Avec les activités européennes de Hagemeyer, Rexel acquiert une nouvelle dimension**

En mars 2008, Rexel a acquis la totalité du capital de Hagemeyer, n° 3 mondial du secteur. À l'issue de la cession\* à Sonepar - qui devrait intervenir après la fin de l'offre - des activités de Hagemeyer en Amérique du Nord, en Asie-Pacifique et de certains actifs européens, et suite aux échanges d'actifs avec Sonepar, le Groupe aura acquis 3,5 milliards d'euros de chiffres d'affaires additionnels avec les actifs de Hagemeyer situés principalement en Europe.

Avec un chiffre d'affaires pro forma\*\* 2007 de 14,3 milliards d'euros (contre 10,7 milliards d'euros

en publié), cette opération industrielle majeure permet au Groupe de conforter sa position de leader mondial de la distribution de matériel électrique. Les activités européennes de Hagemeyer accroissent de plus de 60 % les ventes de Rexel en Europe avec un réseau d'agences élargi de 50 %, et renforcent sa présence auprès des clients industriels. Fondée sur une logique industrielle solide et porteuse de synergies significatives, cette acquisition stratégique donne naissance à une plateforme renforcée de croissance rentable et de création de valeur pour les actionnaires.

\* Voir les détails de l'acquisition de Hagemeyer et de la cession à Sonepar dans le document de référence Rexel 2007.

\*\* Pro forma 2007 : Comme si les événements suivants étaient intervenus au 1<sup>er</sup> janvier 2007 : les acquisitions réalisées en 2007, l'acquisition de Hagemeyer, les cessions et échanges d'actifs convenus avec Sonepar et la cession d'une partie des activités de distribution de matériel électrique de Hagemeyer en Irlande.

## UN LEADERSHIP EUROPÉEN RENFORCÉ

### SUITE À L'ACQUISITION DE HAGEMEYER

#### ■ Pays où Rexel s'implante

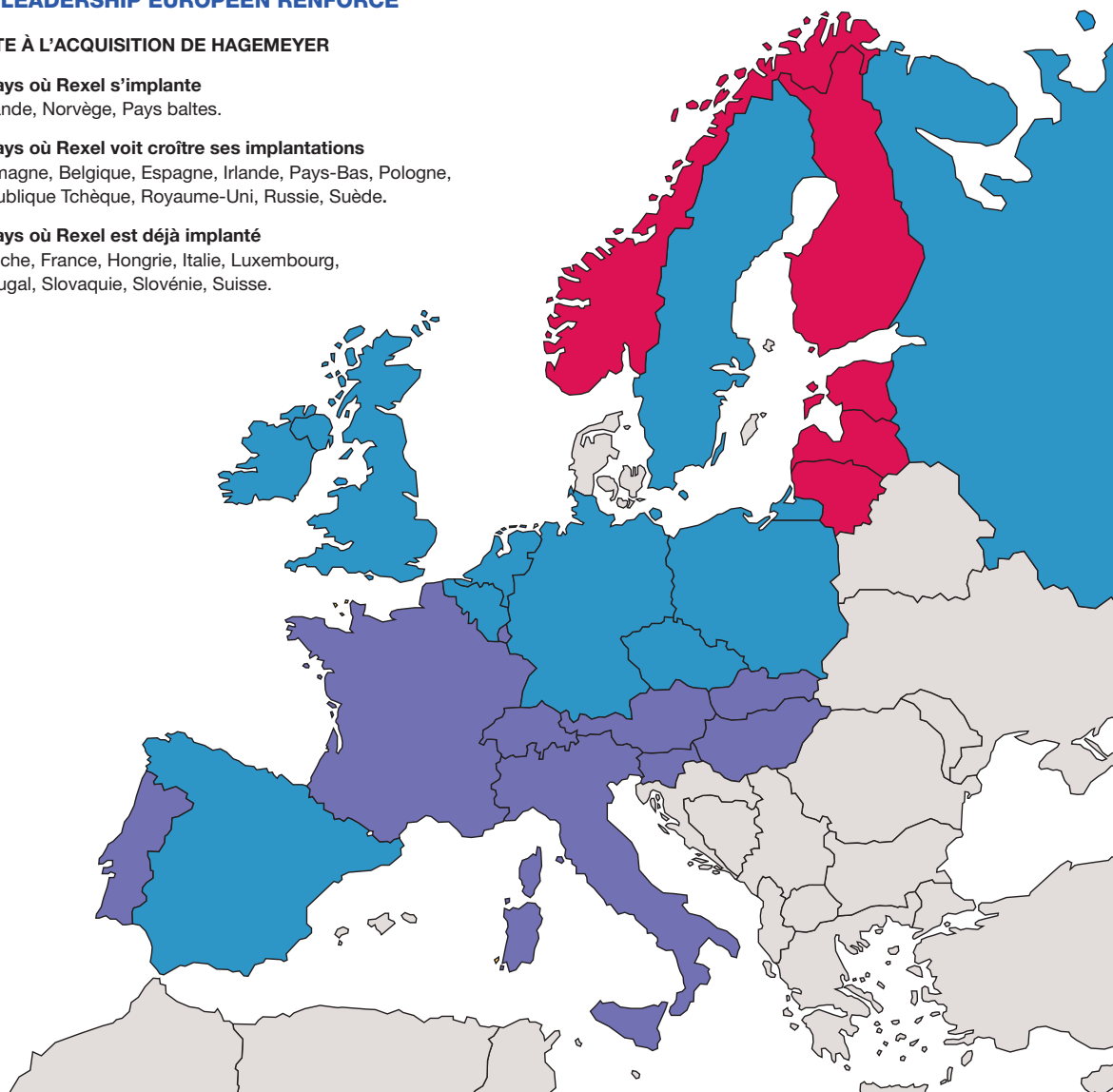
Finlande, Norvège, Pays baltes.

#### ■ Pays où Rexel voit croître ses implantations

Allemagne, Belgique, Espagne, Irlande, Pays-Bas, Pologne, République Tchèque, Royaume-Uni, Russie, Suède.

#### ■ Pays où Rexel est déjà implanté

Autriche, France, Hongrie, Italie, Luxembourg, Portugal, Slovaquie, Slovénie, Suisse.



## ZOOM SUR 4 ZONES GÉOGRAPHIQUES A FORT POTENTIEL

### Allemagne

Rexel devient n° 2, (n° 4 en 2007).

L'infrastructure logistique et commerciale de Hagemeyer permet à Rexel d'accélérer son développement auprès des clients industriels et des Grands Comptes nationaux et internationaux.

### Espagne

En Espagne, Rexel devient le plus grand distributeur professionnel espagnol avec une offre large de produits et de services. La couverture nationale de son nouveau réseau d'agences et de ses structures logistiques permet au Groupe de proposer à ses clients un haut niveau de service sur l'ensemble du territoire.

### Pays nordiques (Finlande, Norvège, Suède)

Rexel devient n° 1 ou n° 2 en Norvège, en Suède et en Finlande. Un réseau logistique renforcé avec des opportunités de croissance auprès des clients Grands Comptes.

### Royaume-Uni

Rexel devient n° 1 dans ce pays et multiplie par quatre son chiffre d'affaires. Avec un potentiel d'amélioration opérationnelle important, le Groupe exerce son activité à travers trois nouvelles enseignes commerciales : Newey & Eyre, WF et Parker Merchanting.





**5** nouveaux pays :  
Norvège, Finlande,  
Estonie, Lettonie,  
Lituanie

**9 200** collaborateurs et **630** agences  
intègrent le groupe Rexel

**96** % des ventes en Europe dans les pays où  
Rexel détient plus de **10** % de part de marché



**Rexel – Hagemeyer : des atouts uniques pour répondre aux attentes du marché**

- Un portefeuille client élargi sur les marchés industriels et les entreprises de service.
- Un réseau d'enseignes étoffé.
- Une taille qui permet de développer des services plus compétitifs.
- Des capacités inégalées pour accompagner le développement de nos clients en Europe de l'Est.
- Une offre améliorée à travers des modèles logistiques optimisés.

**■ Un rapprochement industriel majeur et une opportunité de création de valeur à long terme**

L'acquisition de Hagemeyer est portée par une logique industrielle forte. Le rapprochement des deux acteurs, dont les expertises sont complémentaires, permettra de réaliser d'importantes synergies pour réduire les coûts, améliorer l'efficacité opérationnelle et développer les revenus.

Poursuite de la concentration des achats auprès de fournisseurs sélectionnés, rationalisation des fonctions support, optimisation et convergence des infrastructures logistiques et informatiques : à l'horizon 2011, les synergies attendues doivent représenter 1,5 % du chiffre d'affaires acquis.



1. Agence Newey&Eyre,  
Londres, Royaume-Uni.

2. Centre logistique régional  
de Deventer, Pays-Bas.

3. Livraison sur site,  
Amsterdam, Pays-Bas.

4. Préparation d'une  
commande dans  
le centre logistique  
de Bergschenhoek,  
Pays-Bas.

Parallèlement, le nouvel ensemble va bénéficier d'un réseau de vente renforcé et de capacités élargies en terme de marketing et de services à valeur ajoutée de façon à tirer parti de tout le potentiel du marché.

Ces synergies multiples font que l'acquisition de Hagemeyer représente un gisement de création de valeur à long terme pour les actionnaires. Par le passé, Rexel a démontré sa capacité à concrétiser

les bénéfices de ses acquisitions, intégrant rapidement les sociétés et réalisant des progrès à la fois pour l'entreprise acquise et pour le Groupe.

À l'issue de l'opération, la dette nette de Rexel devrait représenter environ 4 fois l'excédent brut d'exploitation contre 2,3 fois fin 2007. L'objectif est de ramener ce ratio entre 2 et 3 fois, grâce à la forte capacité du Groupe à générer du cash-flow. ■

### La gouvernance transitoire de Hagemeyer

Suite à l'acquisition de Hagemeyer par Rexel, un gouvernement d'entreprise transitoire de Hagemeyer a été mis en place le 28 mars 2008. Il sera compétent jusqu'à la cession à Sonepar des actifs Hagemeyer concernés\* : ce gouvernement d'entreprise est organisé autour d'un Directoire et d'un Conseil de surveillance. Le Directoire intégrant notamment deux membres – le *trustee* et le *Hold Separate Manager* –, chargés de veiller au transfert à Sonepar des actifs concernés et au respect des règles de concurrence pendant la période transitoire.

\* Voir les détails de l'acquisition de Hagemeyer et de la cession à Sonepar dans le document de référence Rexel 2007.





## Savoir traduire les nouvelles tendances de consommation

**Pilotage de l'habitat, énergies maîtrisées, automatismes industriels...** Structurés par grandes fonctions, nos produits font l'objet d'offres spécifiques avec un choix de solutions intégrées qui facilitent le travail des installateurs et des artisans au quotidien.





# L'OFFRE

## Créer de la valeur ajoutée pour nos clients

La relation de proximité que nous entretenons avec nos clients et la connaissance de leurs attentes sont les moteurs de notre croissance. Leader de notre secteur, nous disposons d'atouts uniques pour adapter et déployer notre offre localement avec une très forte réactivité, créer plus de valeur pour nos clients, et conduire ainsi la transformation de notre métier.

**25** acquisitions depuis 2004

Progression de **61**% du chiffre d'affaires sur le marché chinois en 2007

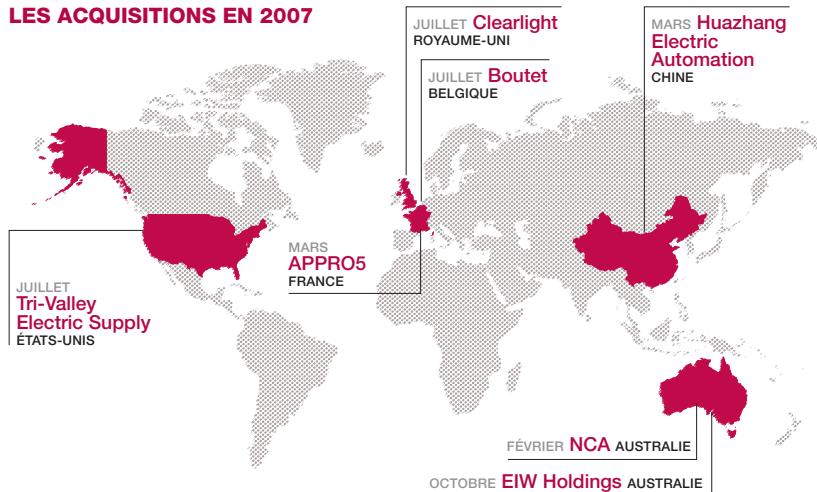
## Distribuer au plus près des besoins

Rexel distribue des produits et des solutions électriques et conseille les professionnels au plus près du terrain. Chaque année, le Groupe renforce sa proximité avec les clients en enrichissant son réseau d'agences, en innovant en matière de canaux de distribution et en déployant son expertise sur trois grands types de marchés aux attentes spécifiques.

### ■ Densification du maillage géographique des agences

La vente de matériel électrique aux professionnels est une activité où la relation personnelle, le service sur-mesure et la proximité sont des atouts déterminants. À ce titre, le point de vente demeure un lieu privilégié de la relation commerciale. En 2007, pour servir ses clients au plus près des besoins, Rexel a ouvert 43 nouvelles agences à travers le monde. Ces nouvelles implantations permettent de densifier le maillage géographique, améliorant ainsi la proximité avec la clientèle.

### LES ACQUISITIONS EN 2007





## Enrichir notre offre vis-à-vis des clients industriels

**Acquisition de Boutet, un leader de la distribution dans l'Est de la Belgique.** Grâce à l'acquisition de ce distributeur de premier plan, Rexel Belgique, dont le réseau compte 28 agences, continue à renforcer son offre auprès des clients industriels, un segment en croissance dans ce pays.

Formation à la pose d'un nouveau produit d'éclairage.

### ■ 7 acquisitions qui viennent renforcer les compétences sectorielles et l'implantation géographique du Groupe

En 2007, le Groupe a poursuivi sa politique de croissance externe sélective en procédant à l'acquisition de 7 nouvelles sociétés dans les trois zones géographiques. Ces rachats permettent à Rexel de renforcer sa présence géographique et de compléter son expertise sectorielle. Totalisant un chiffre d'affaires additionnel de plus de 150 millions d'euros, ces entreprises ont été intégrées à des réseaux commerciaux existants (comme Clearlight qui renforce le réseau Denmans au Royaume-Uni ou APPRO5 pour Coaxel en France) ou continuent d'exercer leur activité comme réseau complémentaire. C'est le cas de Huazhang

Electric en Chine et de EIW Holdings en Australie. Cette enseigne spécialisée dans les Grands Comptes industriels va permettre à Rexel, déjà n° 1 en Australie, de devenir le 1<sup>er</sup> distributeur en Australie occidentale, région qui connaît la plus forte croissance du pays.

### ■ En Chine, le Groupe développe son expertise en matière d'automatismes industriels

2007 a marqué une accélération du développement des activités de Rexel en Chine. Associée à une forte croissance organique, la signature de deux nouvelles joint-ventures renforce le Groupe sur le marché industriel chinois. La prise de participation de 51 % dans Huazhang Electric Automation élargit le réseau de distribution de Rexel et renforce son partenariat stratégique avec Rockwell Automation, le fournisseur d'automatismes industriels. L'acquisition de 73,5 % de Suzhou Xidian, signée début 2008, consolide les positions de Rexel à Shanghai et à Pékin où cette nouvelle enseigne possède un total de 7 agences.

Avec des participations majoritaires dans quatre sociétés chinoises, le Groupe est aujourd'hui le distributeur international le plus important de ce pays.

### ■ Succès de la stratégie commerciale multi-enseigne aux États-Unis

Dans de nombreux pays, notamment en Australie, au Canada et en France, Rexel exerce ses activités à travers plusieurs réseaux d'enseignes commerciales complémentaires. Aux États-Unis, Gexpro - l'ex-filiale de distribution de General Electric - a intégré le Groupe en 2006. Le déploiement de sa stratégie multi-enseigne permet à Rexel, devenu n° 1 dans ce pays, de proposer une offre commerciale étendue à une clientèle plus large tant au niveau géographique que sectoriel : les agences de Rexel, Inc. servent prioritairement des clients installateurs intervenant dans les trois secteurs, tandis que Gexpro se concentre sur les secteurs tertiaires et industriels, et le service aux Grands Comptes.



## L'OFFRE : CRÉER DE LA VALEUR AJOUTÉE POUR NOS CLIENTS

Plus de **30** % de progression  
du chiffre d'affaires e-commerce  
en Europe en 2007\*

■ ■ ■ Pour développer son activité aux États-Unis, Rexel s'appuie également sur d'autres structures commerciales innovantes : Capitol Light (activité de la société Rexel CLS) est spécialisé dans le conseil et l'installation de matériel d'éclairage notamment pour de grandes chaînes de magasins ; Gexpro Services, structure dédiée aux industriels, propose toute une gamme de services liés à l'approvisionnement

de pièces détachées et à la gestion des stocks des entreprises.

### ■ De nouveaux formats de vente pour diversifier les canaux de distribution

L'agence reste le canal de distribution privilégié. Le client peut également effectuer ses transactions par téléphone, par fax, par

internet ou lors de la visite d'un commercial itinérant. Ces dernières années, le libre-service s'est développé significativement en agence. De plus en plus sophistiqué, spécialisé par produit, par fabricant ou par grande fonction, le libre-service optimise la visibilité des produits et diminue les temps d'attente au comptoir.

Parallèlement à ses canaux de distribution traditionnels, Rexel expérimente sans

## UNE ACTIVITÉ COMMERCIALE MULTI-ENSEIGNE

### AMÉRIQUE DU NORD



### EUROPE



### ASIE-PACIFIQUE



Et aussi : ABM, Boutet, Breva, Coaxel, Elektro-Material SA, Elektronabava, EIW, Elvo, Flores y Kersting, Hagard:HAL, Kelliher's Electrical, Lear&Smith, Mile, Page Data, Parker Merchating, Rexel Hailongxing, Rexel Hualian, Redeal Networks, Rexel Senate, Selga, Suzhou Xidian, V-Center, WF...

Cette liste comprend les enseignes commerciales de Hagemeyer acquises en 2008.

\* Hors acquisition de Hagemeyer.



## Faire fructifier nos “bonnes pratiques”

**Faire de l'échange d'expériences le moteur de notre croissance organique.** En 2007, Rexel a créé un groupe e-commerce Europe dont les membres se réunissent tous les trimestres pour partager les meilleurs pratiques à mettre en œuvre et définir les axes d'évolutions les plus porteurs.

Agence Rexel, France.

cesse des formats innovants afin d'apporter une réponse adaptée à chaque client. En 2007, deux tests d'agences mobiles ont été menés avec succès aux États-Unis : le camion-agence Rexel qui dessert les électriciens et les industriels en Floride ; l'"Intellitruck" et son ordinateur embarqué qui gère le réapprovisionnement, les commandes et la facturation des Grands Comptes dans l'Ohio.

### ■ Forte progression de l'e-commerce

Le commerce électronique est un mode de distribution en plein essor. Il répond aux besoins des clients en termes de rapidité, de souplesse et de productivité. En 2007, les transactions électroniques ont représenté 6 % du chiffre d'affaires du

Groupe. En Europe, elles ont augmenté de plus 30 % en an. La part du chiffre d'affaires en ligne de la Suisse et des Pays-Bas est respectivement de 38 % et 30 %. La Belgique, quant à elle, a vu la part de ses ventes progresser de 2 % à 10 % en 18 mois. Aux États-Unis et en Australie, le e-commerce se développe notamment grâce aux solutions dédiées aux Grands Comptes (Échanges de Données Informatisées, e-procurement). Le chiffre d'affaires de Gexpro via ces outils, a ainsi augmenté de 28 % en 2007.

### ■ Les technologies on-line au service du marketing

E-mailing, publicité sur Internet, catalogue interactif... Parce qu'elles permettent de gagner en réactivité, les technologies on-line sont amenées à devenir un puissant levier marketing pour le Groupe. En 2007, les *Rexel Leadership Days* ont été l'occasion de présenter à 70 managers du Groupe les bonnes pratiques déjà déployées avec succès par certaines enseignes. Aux Pays-Bas, par exemple, Rexel s'est associé à Philips pour une

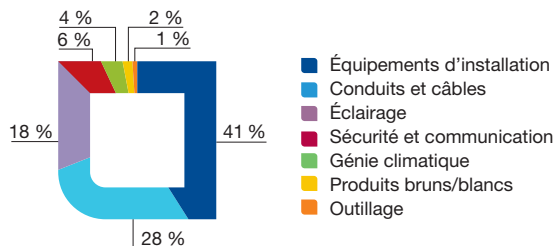
campagne de marketing portant sur sa nouvelle gamme de LED (diodes électro luminescentes). Cette expérience qui combinait actions on-line et off-line a vu les ventes de ces produits progresser de 17 %. Autre expérience fructueuse : aux États-Unis, 20 % des commerciaux itinérants de Gexpro utilisent leur téléphone mobile pour vérifier la disponibilité d'un produit par SMS et se faire envoyer les tarifs négociés des clients. Dans certains pays, Rexel a mis en place un système de carte de paiement qui permet aux clients qui bénéficient d'un compte de venir retirer du matériel.

### ■ Un logo Rexel plus visible et plus efficace

Fin 2007, les enseignes commerciales exerçant sous la dénomination Rexel ont adopté un nouveau logo qui sera déployé d'ici fin 2009 dans 15 pays. Plus moderne et plus impactant, le nouveau logo, qui se décline également dans une version institutionnelle à l'échelle du Groupe, permet d'harmoniser et de renforcer l'identité visuelle de la marque. ■

## 7 grandes familles de produits

Répartition du chiffre d'affaires 2007 par type de produits\*



## Innovover en matière d'offre et de services

Partie intégrante de son rôle de distributeur, Rexel accompagne ses clients dans leur choix et dans le travail de prescription auprès de l'utilisateur final. La valeur ajoutée de Rexel réside dans sa capacité à structurer les produits des fournisseurs en une offre organisée par grandes fonctions tout en y associant des services spécifiques.

### ■ Les nouvelles technologies s'adressent à une clientèle diversifiée

Chaque année, l'offre de produits électriques s'enrichit de nouvelles références qui reflètent la montée en puissance des nouvelles technologies. Bâtiment communicant, énergies maîtrisées, sécurité, automatismes, multimédia : pour aider ses clients installateurs et industriels à tirer au mieux parti de ces mutations, Rexel élabore une offre innovante. Spécialisée, pensée comme une solution globale, associée à des prestations de service,

l'offre conçue par Rexel s'adapte à chaque marché.

En 2007, ce savoir-faire a permis à Rexel de continuer à diversifier sa clientèle. Grâce à ses solutions d'offres pour la sécurité des bâtiments, Rexel a conquis des parts de marché auprès des clients installateurs d'alarmes. De même, l'émergence de matériels utilisant des fluides (pompe à chaleur, climatisation, chauffe-eau solaire, etc.) amène Rexel à servir de nouveaux métiers à la confluence de l'électricien et du chauffagiste.



### Des marques propres pour des besoins spécifiques

À côté des marques des fabricants, Rexel possède une trentaine de marques propres. Il s'agit principalement d'outillage et d'accessoires pour l'installateur (BizLine en Europe, ElectriPro au Canada) et de solutions complémentaires aux produits des fabricants. Les principales marques du Groupe dans cette deuxième catégorie sont Gigamedia dont les produits VDV (Voix-Données-Vidéo) sont distribués dans 15 pays et Sector en Angleterre. Offrant un bon rapport qualité-prix, les marques propres de Rexel remportent un véritable succès auprès des clients. En progression constante, leurs ventes ont représenté 2 % du chiffre d'affaires du Groupe\* en 2007.

\* Hors acquisition de Hagemeyer.





## + Accompagner les évolutions du secteur

**Faire de nos agences des vitrines des nouvelles technologies.** En équipant certains points de vente de showroom, Rexel développe son rôle de prescripteur. À Paris, l'agence Ecolum présente les dernières innovations de domotique et d'éclairage aux installateurs, architectes et décorateurs.

Showroom Ecolum  
Rexel, Paris, France.

### ■ Proposer une offre de produits éco-efficaces

La performance énergétique des équipements et des bâtiments est une tendance majeure de ces dernières années. Dans chaque pays, Rexel structure une offre de produits éco-efficaces qui tient compte des réglementations nationales et des besoins spécifiques à chaque marché. Aux États-Unis, où le poste des dépenses énergétiques a progressé de 35 % en 5 ans, Gexpro propose des solutions permettant de réaliser des économies

substantielles. Ces solutions s'adressent aux clients industriels et tertiaires (hôtels, commerces agroalimentaires, etc.) en associant expertise produits, contrôle des coûts et assistance à l'installation. En 2007, cette offre a permis à Gexpro de remporter plusieurs grands contrats. À Las Vegas, par exemple, le remplacement de l'éclairage existant par des lampes compactes fluorescentes à faible consommation a permis à l'hôtel-casino *The Venetian* de réduire la consommation d'électricité des chambres de 65 %.

### L'éco-efficacité énergétique

Rexel apporte aujourd'hui deux réponses différenciantes et complémentaires à la nécessité d'économie et d'écologie dans les secteurs résidentiel, tertiaire et industriel :

- des solutions qui permettent les **économies d'énergie** : lampes compactes fluorescentes, variateur de moteur, régulateur, programmeur, mise en veille, etc.,
- des solutions qui font appel aux **énergies renouvelables** : chauffe-eau solaire, pompe à chaleur, système photovoltaïque, éolien, etc.





## + Spécialisation de l'offre de sécurité

**Citadel : une activité dédiée aux produits de sécurité du marché tertiaire.** Citadel est une plateforme de compétences et de solutions complètes en matière de protection des biens et des personnes (vidéosurveillance, sonorisation des bâtiments, contrôle d'accès, etc.). Rexel a déployé en régions des experts en matière de sécurité afin de promouvoir les produits et assister les vendeurs des agences.

### ■ Confort dans l'habitat, automatismes dans l'industrie

Dans les bâtiments résidentiels et tertiaires, les produits électriques évoluent avec les exigences de confort et de sécurité. Rexel voit ainsi croître son activité liée à la domotique (motorisations, contrôle de l'éclairage, du chauffage, etc.) et aux systèmes communicants, telles que les solutions VDV (Voix-Données-Vidéo) à la convergence des réseaux électriques et numériques.

Dans l'industrie, la tendance est à la miniaturisation, au contrôle de vitesse et à une place prépondérante de l'électronique

et de l'informatisation. Dans ce secteur, la valeur ajoutée de Rexel est aujourd'hui portée par le développement de la demande en automatismes avec des produits qui communiquent intelligemment et pilotent les installations industrielles.

### ■ Renforcement de l'offre de services en matière de conseil au client

Avantage concurrentiel et critère déterminant dans le choix d'un distributeur par le client, le conseil est une expertise que Rexel s'attache à développer, tout particulièrement auprès des artisans et des installateurs confrontés à une sophistication grandissante des produits. Dans

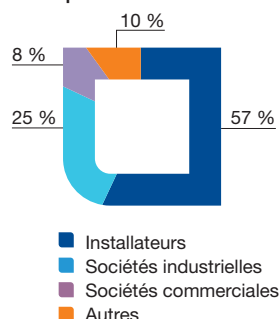
le secteur industriel, Rexel propose son expertise notamment dans le domaine de l'optimisation de la performance énergétique des installations.

D'une manière plus générale, Rexel structure son offre de services à trois niveaux : l'**information technique sur les produits**, que le Groupe diffuse en agence, sur les salons, dans les magazines clients, dans ses brochures et catalogues ; le **conseil à forte valeur ajoutée** (étude de projet, audit commercial, gestion des coûts, assistance à l'installation, etc.) ; et enfin la **formation des clients** (en agence ou sur site, par les experts Rexel ou lors de sessions organisées par les fabricants). ■

## L'OFFRE : CRÉER DE LA VALEUR AJOUTÉE POUR NOS CLIENTS

**11** % de croissance du chiffre d'affaires avec les clients Grands Comptes en 2007\* ( qui représentent 1,3 Md d'euros )

Répartition du chiffre d'affaires 2007 par client\*



## Adapter notre modèle en fonction des clients

Le Groupe propose des produits et des services à une grande variété de clients qui interviennent sur les marchés de l'habitat, de l'industrie et du bâtiment tertiaire. Afin de satisfaire chaque attente, Rexel propose des approches segmentées, complétant ainsi son modèle commercial généraliste par une activité de distributeur à multispécialités.

### ■ Des clients aux besoins variés

Pour concevoir ses gammes de produits et de services, Rexel analyse les besoins de chaque catégorie de clients.

Les sociétés industrielles accordent une grande importance à l'optimisation de leur outil de production, tant en termes opérationnel que de coût. La fiabilité et la performance de la chaîne de production étant indispensable à leur activité, ces clients privilégient l'instauration de relations durables avec leurs fournisseurs. La rapidité d'intervention, la largeur de gammes et les services associés sont des atouts que Rexel s'emploie à valoriser auprès de ce segment.

Les grandes entreprises d'installation apprécient l'assistance en matière de gestion de projets et d'offres alternatives qui leur permettent d'optimiser leurs coûts. Les artisans sont quant à eux sensibles aux conseils et aux programmes de formation dispensés en agence. La proximité et le rapport de confiance qui unit Rexel aux installateurs sont des éléments clés de son avantage concurrentiel.

Les sociétés du tertiaire valorisent l'assistance à projet, les conseils techniques et les solutions clés en main qui sont des axes forts du développement de l'offre de Rexel.

La présence des équipes de Rexel au plus près du terrain lui permet d'affiner et d'enrichir ses solutions en instaurant une véritable veille des nouvelles tendances de consommation des utilisateurs finaux.

### ■ Valoriser les expertises en développant des labels

Pour optimiser la mise à disposition d'expertises spécifiques, Rexel déploie en France dans son réseau d'agences des labels spécialisés. Ces labels garantissent à certaines typologies de clients des solutions innovantes et un service à forte

\* Hors acquisition de Hagemeyer.



## L'OFFRE : CRÉER DE LA VALEUR AJOUTÉE POUR NOS CLIENTS



### Nos clients

#### Les installateurs :

généralistes ou spécialistes, ils sont artisans, installateurs électriciens de taille moyenne, ou grandes entreprises d'installation. Ils interviennent dans l'industrie, le tertiaire et le résidentiel, sur des chantiers de construction, de rénovation ou de maintenance.

#### Les sociétés industrielles :

le client peut être l'utilisateur final, mais aussi, un équipementier ou un tableautier, un intégrateur industriel ou une société de maintenance.

#### Les sociétés du tertiaire :

ce sont des entreprises intervenant dans le commerce de détail, les services commerciaux ou les équipements collectifs, les infrastructures d'hébergement ou de transport, etc.

#### Les autres clients du Groupe :

il s'agit de collectivités territoriales, d'établissements publics, de revendeurs et des grandes surfaces de bricolage.

■ ■ ■ valeur ajoutée. Inexel fournit une offre pointue aux 150 000 artisans électriciens du secteur résidentiel. Les labels DXI (réseau Coaxel) et Neoxis (réseau Rexel) s'adressent spécifiquement aux clients industriels. Neoxis, qui dispose d'une force de vente et de conseil de nombreux spécialistes, a permis à Rexel de remporter en 2007 plusieurs contrats importants dans le secteur de l'agroalimentaire. Ce

marché porteur où Rexel souhaite se renforcer exige des compétences fortes en matière d'hygiène et de sécurité.

#### ■ Déploiement de Conectis à travers le monde

Créée en 1994, Conectis est une filiale du groupe Rexel spécialisée dans le câblage et les réseaux de communication Voix-

Données-Vidéo (VDV). Premier distributeur spécialisé sur le marché français, disposant d'un centre logistique dédié et d'expertise unique en Europe, Conectis propose plus de 7 000 références dont un millier regroupé sous la marque propre GigaMedia. En 2007, Conectis a développé les ventes de produits à fibre optique (FTTX) et les produits dits "actifs" : Ethernet 10G, Ethernet Industriel, contrôle



1 2



## Accompagner nos clients dans leurs grands projets

**Des États-Unis jusqu'en Asie.** Suite à leur collaboration fructueuse à Las Vegas, le groupe immobilier *Las Vegas Sands* a choisi Gexpro pour l'accompagner dans le développement de nouveaux hôtels-casinos à Macao et Singapour. Dans ces nouvelles réalisations, Gexpro apporte son expertise dans les domaines de la conception d'éclairage, l'économie d'énergie, la coordination de projet et la production de kits d'assemblage.



1. Mine de sel Cargill,  
Ohio, États-Unis.

2. Chez un client de  
Rexel Huazhang Electric  
en Chine.

d'accès, vidéo et téléphonie sur IP. Conectis est aujourd'hui présent dans 21 pays, principalement en Europe, mais également en Amérique du Sud. L'activité Conectis prend les noms de Datacom aux États-Unis, de Nedco Telecom au Canada, de Page Data ou Datacom en Australie et en Nouvelle-Zélande.

### ■ Croissance de l'activité Grands Comptes

Les clients Grands Comptes occupent une part croissante de l'activité du Groupe. En 2007, cette activité a enregistré une progression supérieure à celle du chiffre d'affaires global de Rexel. L'assise à la fois

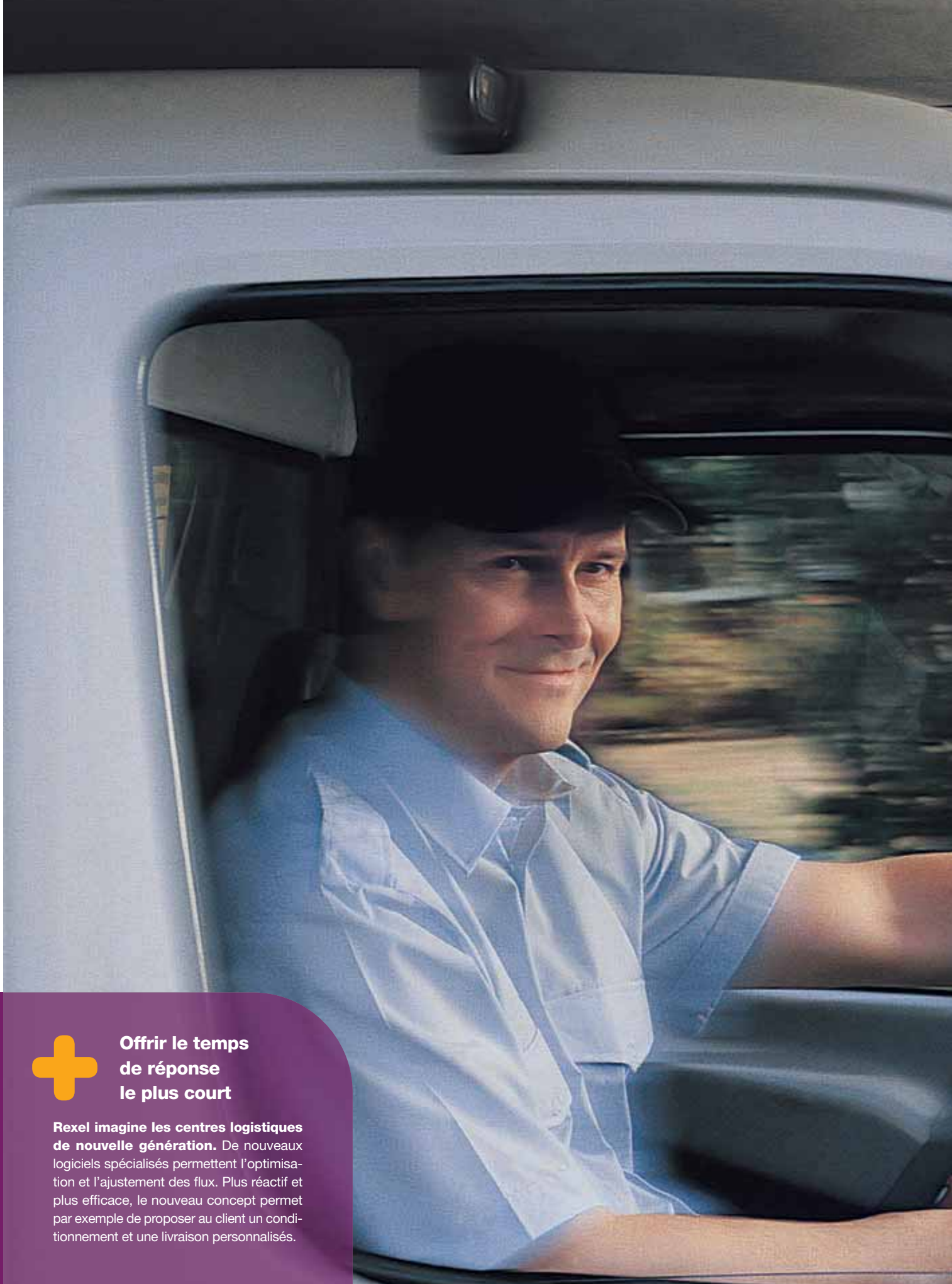
nationale et internationale du Groupe, et l'expertise de sa filiale Gexpro en matière de gestion de projet et d'assistance technique, font de Rexel un interlocuteur privilégié pour répondre aux besoins des Grands Comptes. En France, comme aux États-Unis, ce segment de clientèle regroupe majoritairement de grands installateurs et des clients industriels.

### ■ ...et des grands projets

2007 a également vu la confirmation du développement de l'activité "grands projets" de Rexel, notamment dans les domaines pétrochimiques, miniers et des grandes infrastructures hôtelières. Le défi

pour Rexel est d'accompagner le client dans ses grands projets sur tous les continents avec la même qualité de service. Grâce à sa réactivité, sa capacité d'organisation transnationale, Rexel a ainsi remporté en 2007 de nombreux contrats miniers en Amérique latine (Chili, Argentine, Pérou), en faisant appel à l'expertise de plusieurs réseaux du Groupe à travers le monde. Gexpro et plusieurs autres filiales de Rexel sont associés pour travailler sur ces projets avec de grands cabinets d'ingénierie et leurs clients exploitants miniers. Un marché en pleine expansion, estimé à plus de 30 milliards de dollars. ■





**Offrir le temps  
de réponse  
le plus court**

**Rexel imagine les centres logistiques de nouvelle génération.** De nouveaux logiciels spécialisés permettent l'optimisation et l'ajustement des flux. Plus réactif et plus efficace, le nouveau concept permet par exemple de proposer au client un conditionnement et une livraison personnalisés.



# ORGANISATION

## Au service de l'excellence opérationnelle

Nos réseaux logistiques et informatiques et les relations avec nos fournisseurs sont essentiels à la qualité et à la disponibilité de notre offre dans 34 pays à travers le monde. Chaque année, nous renforçons cet avantage concurrentiel pour optimiser la mise à disposition rapide de nos produits et de nos solutions.

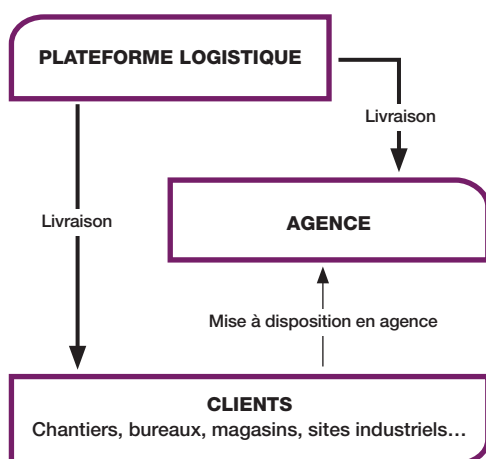
Plus de **60**  
plateformes  
logistiques  
à travers le monde\*

Plus de **35 000**  
références livrables à J+1  
à partir des centres  
logistiques régionaux

## Optimiser la chaîne logistique

Levier de rentabilité important, la logistique est un maillon essentiel du processus de création de valeur mis en œuvre par Rexel. Chaque jour, Rexel planifie les besoins, commande, stocke et alimente ses réseaux en produits. Afin d'optimiser la mise à disposition auprès des clients, le Groupe poursuit l'optimisation de la taille, de la localisation et des processus de ses structures logistiques, et rationalise ses systèmes d'information.

### UN MODÈLE LOGISTIQUE...



#### Le centre de distribution (voir schéma)

L'approvisionnement, le stockage, la préparation des commandes et la livraison des clients sont assurés par des centres logistiques régionaux qui approvisionnent également de 20 à 65 agences dédiées aux fonctions commerciales.  
*En Autriche, Belgique, États-Unis (pour partie), France, Nouvelle-Zélande, Pays-Bas...*

### ...ADAPTÉ SELON LES CONTEXTES GÉOGRAPHIQUES

#### L'agence autonome

L'agence assure simultanément l'approvisionnement, la gestion du stock et la livraison, en plus de son rôle traditionnel de vente et de conseil auprès des clients.  
*En Australie, Chine, États-Unis (pour partie), Suisse...*

#### L'agence mère ou hub (configuration intermédiaire)

Le stockage est principalement assuré par une grande agence mère (hub) qui, en plus de sa propre activité commerciale, approvisionne 5 à 20 agences satellites (spokes) de sa région pour la vente aux clients.

*Au Canada, Espagne, États-Unis (pour partie), Italie, Royaume-Uni...*





## Adaptabilité du modèle logistique

En 2007, l'Autriche tire profit des avantages du centre de distribution. S'appuyant jusqu'à présent sur le modèle logistique de l'agence autonome multifonction, Rexel a installé un centre de distribution national en Autriche. Situé près de Linz sur 16 000 m<sup>2</sup>, ce centre approvisionne les 13 agences des enseignes Regro et Schacke et livre les clients dans un rayon de 400 km.



### ■ Poursuite de l'adaptation du modèle logistique

En matière de distribution, la valeur ajoutée de Rexel repose en premier lieu sur la mise à disposition rapide d'une gamme de produits la plus vaste possible. Le Groupe poursuit cet objectif grâce à un modèle logistique dont la configuration varie d'un pays à l'autre (voir schéma), en fonction notamment de la densité du réseau d'agences, de la maturité du marché et des besoins de chaque typologie de clients.

En 2007, l'Autriche a ainsi ouvert un centre logistique national. En Floride, où la distribution était jusqu'à maintenant assurée par 34 agences, Rexel déploie son modèle de centre logistique régional. En 2007, un premier centre a été implanté à Tampa. D'ici à 2009, 5 nouvelles plateformes permettront de servir l'ensemble des agences et clients de cette région des États-Unis.

### ■ Modernisation des process en entrepôts

Les centres de distribution sont garants de la qualité des livraisons aux clients et de la mise à disposition des produits en

agences. Leurs process font l'objet d'une amélioration continue. En 2007, l'équipement en logiciels spécialisés dans la *supply chain* s'est poursuivi : Logys en France et Path Guide aux États-Unis. Gestion simultanée de plusieurs commandes par le même opérateur, allocation dynamique de produits dans les zones de stockage : ces systèmes permettent d'augmenter la productivité et de diminuer les surfaces de stockage.

Tout en maintenant une largeur de gamme et un service client adaptés à la demande, la réduction des stocks est également un objectif d'optimisation. À partir de l'historique des ventes, de leur saisonnalité et des taux de rotation des produits, les prévisions de commandes sont affinées et les quantités à stocker ajustées au mieux.

### ■ Élargissement des services de mise à disposition des produits

La mise à disposition des produits est une composante clé de la satisfaction des clients. Rexel adapte ses services par typologie de clientèle et les optimise

en permanence en termes de flexibilité, de délai et d'accessibilité.

Les artisans qui travaillent pour le secteur résidentiel privilégient l'enlèvement des marchandises en agence. Outre la disponibilité immédiate de plusieurs milliers de références, le client peut choisir de passer une commande le soir et venir la récupérer tôt le lendemain. Dans certains pays, comme la Suisse, le matériel est même accessible en dehors des heures d'ouverture grâce à des sas sécurisés mis en place à l'extérieur de l'agence.

Dans l'industrie et le tertiaire, la livraison chez le client ou sur chantier est indispensable. Rexel innove avec des solutions de livraison personnalisées comme l'installation de containers de stockage sur site. Aux États-Unis, Rexel Inc. propose un service de livraisons nocturnes.

De grandes entreprises sont intéressées par la possibilité d'externaliser la gestion de leur stock. Aux États-Unis, Rexel, Inc. et Gexpro Services sont ainsi en contrat avec plus de 1 000 entreprises auxquelles elles proposent ce service pour leur stock de matériel électrique et de pièces détachées. ■



**55** % des achats  
réalisés auprès des  
25 premiers fournisseurs\*

Plus de **8** milliards d'euros  
de matériel électrique  
achetés en 2007\*

## Renforcer les relations avec nos fournisseurs

Rexel entretient des relations privilégiées avec une sélection de fournisseurs qui accompagnent son développement stratégique. Au niveau national, Rexel tisse des partenariats avec des fabricants qui offrent un savoir-faire spécifique, ce qui lui permet de conforter sa double expertise de distributeur généraliste et à multispécialités.

### ■ Bâtir une performance commune

Rexel noue des partenariats privilégiés avec une quarantaine de fournisseurs stratégiques. Leur relation s'appuie sur une démarche de performance commune : l'expertise métier des fournisseurs et la qualité de leurs produits contribuent à la croissance des activités de Rexel qui en retour les accompagne dans leur développement à l'international en optimisant leur visibilité auprès des clients. Ainsi, le Groupe invite ses fournisseurs sur les salons professionnels dédiés à ses clients

et ses forces de vente. En agence et dans ses catalogues, Rexel regroupe les produits des fabricants en une offre segmentée par grandes fonctions adaptée aux besoins des clients.

Grâce à son leadership tant local qu'international, Rexel anime ce réseau de partenaires à trois niveaux : à l'échelle du Groupe, un accord de coopération dresse les axes majeurs de collaboration et de développement ; au niveau national, la direction des Achats adapte ces accords au profil du marché et définit une straté-

gie de prix propre à chaque segment de clients ; enfin, les agences organisent des actions communes au plus près du terrain.

### ■ Consolidation de l'avantage concurrentiel du Groupe

2007 a vu la poursuite de la concentration de notre portefeuille fournisseurs. En rationalisant sa politique d'achat, le Groupe conforte les bénéfices de son effet "taille" : négociation de conditions commerciales plus favorables, exclusivité sur



## Cultiver des relations durables

**En réunissant chaque année nos principaux partenaires pour un rendez-vous stratégique.** En juin 2007, lors d'un séminaire de deux jours, Rexel a réuni ses 40 principaux fournisseurs pour réaffirmer sa stratégie et consolider les objectifs communs de développement.

Agence Gexpro, Boston, États-Unis.

certaines produits novateurs, optimisation des prix et des délais de paiement, etc. En complément de ses partenariats stratégiques, Rexel travaille avec des fournisseurs nationaux et régionaux dont les produits spécifiques lui permettent de consolider son avantage concurrentiel auprès des clients.

### ■ Poursuite des plans d'actions ciblés avec ses fournisseurs

Sur le terrain, les partenariats avec les fournisseurs stratégiques se concrétisent

par des actions communes telles que la formation des clients en agences et l'élaboration conjointe d'offres marketing et d'outils de communication. En 2007, Westburne, une des enseignes canadiennes du groupe Rexel, et Philips Lighting se sont associés pour promouvoir les systèmes d'éclairage économes en énergie. Cette collaboration s'est traduite par la mise à disposition par le fabricant de forces de vente dédiées, la formation d'experts dans les agences Rexel et la création d'un magazine destiné aux clients.

### ■ Rexel mène avec ses partenaires des enquêtes conjointes de satisfaction clients

En 2007, Rexel et Schneider Electric ont étendu leur programme d'enquête de satisfaction client à l'Allemagne et à la Hongrie. Inaugurée avec succès en Belgique en 2006, cette démarche profite aux deux acteurs : elle permet à Rexel de mesurer la satisfaction des acheteurs des produits du fabricant dans ses agences tandis que le fournisseur améliore sa perception des attentes des clients de Rexel. Menée auprès d'un échantillon représentatif de clients, l'enquête confiée à un organisme indépendant traite de thèmes tels que la relation commerciale, la promotion, la livraison, le service après-vente...

En Belgique, ce programme a d'ores et déjà permis d'élaborer un plan d'optimisation de la chaîne logistique incluant une meilleure gestion des produits à forte rotation et des retours clients. ■





## Promouvoir les économies d'énergie

**En 2007, nos ventes de sources d'éclairage basse consommation dépassent celles des sources à incandescence.** Partenaires de leurs clients au quotidien, les collaborateurs de Rexel jouent un rôle important de préconisation de solutions économes en énergie.



# RESPONSABILITÉS

## Inscrire nos actions dans la durée

Être leader mondial de la distribution professionnelle de matériel électrique constitue une responsabilité importante en matière économique, sociale et environnementale. Sur les trois grandes zones géographiques où nous opérons, nous sommes engagés dans la voie du développement durable avec des démarches concrètes auprès de nos clients pour une amélioration continue au quotidien.

11 écoles Rexel  
au sein du Groupe

53 % des salariés  
de Rexel ont bénéficié  
d'une formation  
en 2007\*

## Mobiliser et développer les compétences

Rexel fonde sa politique des Ressources Humaines sur le dialogue, l'accompagnement et l'adaptation aux spécificités locales. Afin d'associer ses collaborateurs à la performance du Groupe, Rexel s'attache à dynamiser la formation continue et à créer les conditions d'une évolution de carrière attractive.

### ■ Encourager la formation permanente personnalisée

En 2007, Rexel a maintenu un niveau élevé de formation de ses collaborateurs : 13 883 salariés ont ainsi pu bénéficier d'au moins une session de formation, soit 53 % des effectifs. Rexel a en outre élargi la gamme des thématiques concernées. Parmi celles-ci, on peut citer la formation concernant les produits, les fonctions opérationnelles (vente, gestion du crédit, logistique) ainsi que les pratiques spécifiques à l'entreprise (recrutement, évaluation de la performance, déploiement des

nouveaux systèmes). Des outils d'auto-formation ont été mis en œuvre dans plusieurs pays, principalement à travers le e-learning. 2007 a également vu la création d'une offre de formation spécialisée sur le thème du management.

### ■ Modernisation des outils de gestion des compétences et des carrières

En 2007, Rexel a élargi la pratique de sa session annuelle d'évaluation de la performance : 67,8 % des collaborateurs ont été impliqués dans ce processus.

2007 a également vu la modernisation du *Rexel Management Review*. Le *Modèle de compétences* destiné à la gestion de carrière des managers du Groupe a été revu et simplifié. Ce modèle permet aux managers d'identifier les compétences clés qu'ils doivent acquérir ou développer et de repérer les collaborateurs susceptibles d'évoluer vers un nouveau poste. Son périmètre sera étendu aux chefs d'agence dans les années à venir, et les critères d'évaluation poursuivent désormais une finalité plus opérationnelle.





## Les futurs commerciaux formés par des tuteurs professionnels

Grâce à un plan de formation détaillé, les futurs commerciaux apprennent leur métier sur le terrain. Lancé au Royaume-Uni en 2007, le programme *Sales Academy* est un stage de 36 semaines qui permet aux jeunes diplômés d'apprendre le métier de commercial itinérant sous la responsabilité d'un tuteur et de se familiariser en agence avec tous les postes commerciaux et opérationnels.



1

2

3



1. Agence Rexel CLS, Westwood, États-Unis.

2. Agence Rexel Senate, Bristol, Royaume-Uni.

3. Agence Rexel, Nantes, France.

Comme l'ensemble des outils de gestion de carrière du *Rexel Management Review* (fixation des objectifs, évaluation des profils de compétences, revue de la performance individuelle, plans de développement personnel, plan de successions), le *Modèle de compétences* et le *profil individuel par fonction* des managers du Groupe sont désormais accessibles sur internet via le progiciel *SuccessFactors*. L'utilisation de cette application informatique rencontre un réel succès. Utilisée pour la gestion de carrière des managers du Groupe et pour l'ensemble des salariés aux États-Unis,

son usage généralisé est à l'étude dans d'autres pays comme l'Australie ou les Pays-Bas.

### ■ Une politique de recrutement active

En 2007, Rexel a procédé au recrutement de 5 080 salariés (à périmètre constant et hors acquisition de Hagemeyer). Le Groupe a poursuivi ses actions en faveur de l'intégration de ses nouveaux collaborateurs. La nouvelle version du livret d'accueil *Energize your first steps with Rexel*, distribuée à chaque nouveau salarié, présente en particulier

les chiffres clés du Groupe, ses métiers, sa culture d'entreprise et sa politique RH. En 2007, dans un environnement de recrutement très concurrentiel, Rexel a développé sa nouvelle *marque employeur* avec comme objectif d'attirer les meilleurs talents.

### ■ Les journées d'intégration primées pour leur originalité

En 2007, Rexel a inauguré une nouvelle formule de son séminaire d'intégration destiné aux cadres nouvellement recrutés. Baptisé *Rexel on Stage*, ce rendez-vous annuel fondé sur le travail en équipe permet de mieux comprendre la stratégie du Groupe et son métier de manière ludique et pédagogique. Les 92 participants venus de 17 pays ont ainsi eu pour mission de réaliser des courts-métrages sur le thème du service clients chez Rexel. ■ ■ ■



Plus de **18** % des salariés ont souscrit au plan d'actionnariat salarié en 2007\*

Un guide d'éthique édité en **16** langues

■ ■ ■ E-commerce, gestion de projets, livraisons personnalisées, gestion des stocks... Les dix films tournés dans les agences de la région parisienne et dans le centre logistique de Roissy-en-Brie ont ensuite été projetés devant le comité exécutif.

Primé pour son efficacité et son originalité, *Rexel on Stage* a remporté en France le Top Com d'Or 2008 du meilleur événement de communication interne.

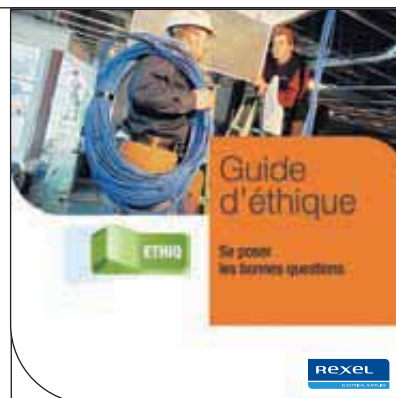
#### ■ Poursuite du déploiement du Guide d'éthique

Au cours de l'année 2007, Rexel a diffusé son Guide d'éthique à l'ensemble de ses collaborateurs. Édité en 16 langues, ce livret se veut un outil de décision et d'action auquel chaque salarié peut se référer lorsqu'il est confronté à un problème d'éthique. Fondant sa démarche sur les principes d'intégrité, de respect et de dialogue prônés par Rexel, ce guide s'intègre dans une démarche d'éthique globale qui encourage les collaborateurs à "se poser les bonnes questions" dans leur travail, et ce, vis-à-vis de l'ensemble des parties prenantes du Groupe. Sa diffusion a ainsi

donné lieu à des réunions d'information et de discussion. Afin de faciliter le dialogue entre les collaborateurs et leur encadrement, un réseau de correspondants *éthique* a également été mis en place dans chaque pays.

#### ■ Fournir les outils d'une information régulière

Rexel s'attache à informer régulièrement l'ensemble de ses collaborateurs sur la vie de l'entreprise, tant au niveau local qu'international. Le Groupe s'appuie sur un ensemble d'outils de communication interne qui s'adressent à tous les métiers, à tous les niveaux hiérarchiques. Chaque trimestre, *Interaxion*, le journal interne du Groupe édité en 9 langues, restitue les temps forts de l'actualité et de la stratégie de développement de Rexel à travers le monde par le biais de dossiers thématiques et de reportages sur le terrain. En parallèle, la direction de la communication favorise la création de supports locaux d'information internes et tous les grands pays disposent d'une lettre d'information distribuée au format papier ou électronique.



#### Guide d'éthique

Le guide est composé de 8 principes généraux et de 20 usages qui s'appliquent à chaque collaborateur quel que soit le pays, le niveau hiérarchique ou la fonction.

#### LES PRINCIPES

- Application du Guide
- Adhésion et respect du droit
- Contrôle interne
- Dignité et respect des personnes
- Intégrité
- Liberté d'expression et dialogue social
- Responsabilité
- Transparence



## Expliquer notre stratégie

### Les *Communications Weeks*, des cessions d'information locales dans tous les pays.

Une fois par an, les managers et leurs équipes se réunissent au niveau local pour dialoguer sur la stratégie régionale et internationale de Rexel. Très appréciées des collaborateurs, ces présentations s'accompagnent d'échanges sous forme de séances de questions-réponses.

Centre logistique  
de Dourges, France.

#### LES USAGES

Achats  
Biens de l'entreprise  
Cadeaux  
Clients  
Concurrence  
Conflit d'intérêts  
Confidentialité  
Corruption et paiements illicites  
Développement personnel  
Diversité  
Environnement  
Expression publique  
Fournisseurs  
Harcèlement  
Hygiène et sécurité  
Loyauté entre collaborateurs  
Outils informatiques  
Participation à la vie politique  
et associative  
Rémunération  
Sincérité des comptes

### ■ Le Comité d'entreprise européen, lieu d'échanges et de dialogue

Instance d'information et de dialogue social, le Comité d'entreprise européen de Rexel a signé en 2007 un accord en vue de l'élargissement de son périmètre à deux nouveaux pays, l'Irlande et la Pologne. Lors de la réunion plénière de juin 2007, la Direction de Rexel a notamment présenté les sujets suivants aux représentants des salariés : l'introduction en Bourse de Rexel et le plan d'actionnariat salarié *Opportunity 2007*, les leviers de croissance de Rexel, ses orientations stratégiques et ses plans d'action en faveur des énergies maîtrisées. À la demande des représentants des salariés, Rexel a également conduit une étude spécifique sur la situation des femmes enceintes au sein du Groupe.

### ■ Succès du plan d'actionnariat salarié

À l'occasion de l'introduction en Bourse de Rexel en avril 2007, les collaborateurs du Groupe se sont vus offrir la possibilité d'acquérir des actions de l'entreprise à des conditions préférentielles. Cette opération, baptisée *Opportunity 2007*, était ouverte aux collaborateurs Rexel de 21 pays par le biais d'un Plan d'Épargne Groupe (PEG) pour les filiales françaises et d'un Plan d'Épargne Groupe International (PEGI) pour les filiales implantées à l'étranger. Sur les 24 373 collaborateurs éligibles, 4 468 ont souscrit, soit un taux global de plus de 18 %. Dans cinq pays (États-Unis, France, Irlande, Hongrie, Chili), le taux de souscription a dépassé 20 %. Ces résultats, très satisfaisants, témoignent du soutien actif porté par les salariés à la performance et au développement de leur entreprise. ■

**10** actions simples à mettre en œuvre à travers la Charte Rexel de développement durable

Près de **95** % du périmètre du Groupe couvert par le programme d'action de développement durable\*

## Une préoccupation légitime pour l'environnement

En matière d'environnement, Rexel déploie ses actions au quotidien à deux niveaux : en développant son offre de produits éco-énergétiques et en assurant leur promotion auprès de ses clients ; en appliquant dans son activité des pratiques en accord avec le développement durable.

### ■ Valoriser l'expertise métier au service de l'environnement

L'importance des enjeux liés au réchauffement climatique et l'accroissement significatif du prix des énergies fossiles ont conduit Rexel à structurer une offre spécialisée de produits et de services. Principal prescripteur auprès des installateurs professionnels et des utilisateurs finaux, le Groupe développe chaque année son expertise des produits économiques en énergie ou utilisant les énergies renouvelables. Attentifs aux évolutions du marché et aux besoins de réductions des consommations énergétiques de leurs clients, les collaborateurs de Rexel jouent également un rôle privilégié de conseil, de formation et de sensibilisation

auprès d'eux, qu'il s'agisse de petits installateurs ou de grands clients industriels ou tertiaires. En 2007, les sources basse consommation ont représenté près de 52 % des ventes des sources d'éclairage du Groupe contre 39 % en 2005. Elles sont dorénavant supérieures à celles des sources d'éclairage à incandescence.

En 2007, Rexel a continué à améliorer la visibilité de son offre en faveur de l'éco-efficacité énergétique. En France, le Groupe a créé un label relatif à la maîtrise de l'énergie. Aux États-Unis, en Australie et au Canada, ses réseaux d'agences ont mené des actions marketing de grande ampleur afin de promouvoir auprès des clients les produits à faible consommation énergétique.

### ■ Déploiement progressif de la Charte Rexel de développement durable

En interne, Rexel s'engage au quotidien à respecter les pratiques de développement durable à travers plusieurs initiatives : utiliser pour ses agences, centres logistiques et locaux administratifs des produits économiques en énergie ou utilisant les énergies renouvelables ; trier les déchets recyclables (papiers, cartons...) ; mener une réflexion systématique d'optimisation de ses emballages.

Afin de garantir la cohérence opérationnelle de la politique environnementale du Groupe au niveau local, Rexel a créé en 2005 la Charte Rexel du développement durable. Cette charte constitue un

\* Hors acquisition de Hagemeyer.

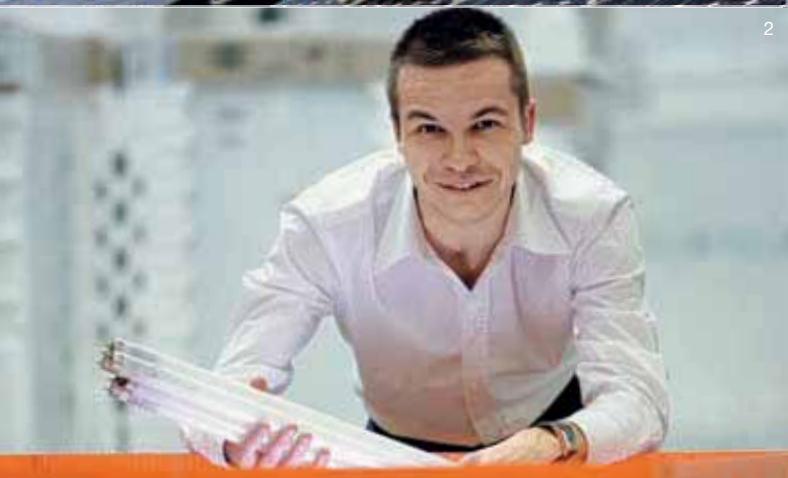




1



3



2



## Fédérer autour d'une démarche d'amélioration continue

**2 nouveaux pays ont adopté la Charte Rexel de développement durable.** En 2007, la Suisse et la Belgique ont rejoint les 13 autres pays mettant en œuvre les actions préconisées par cette charte : l'Allemagne, l'Australie, l'Autriche, le Canada, l'Espagne, les États-Unis, la France, l'Italie, la Nouvelle-Zélande, les Pays-Bas, le Portugal, le Royaume-Uni et la Suède.



1. Installateur Electric Works, San Diego, États-Unis.

2. Conteneur pour le recyclage des tubes fluorescents. Agence Rexel, Nantes, France.

3. Agence Rexel à Pékin, Chine.

indicateur fiable des progrès accomplis par chaque pays dans une démarche d'amélioration continue. À travers elle, chaque agence du Groupe s'engage à mettre en œuvre 10 actions simples qui s'articulent autour de quatre thèmes : la gestion des déchets, la politique produits, l'offre clients, la sensibilisation et l'information. Au-delà de son rôle d'identification des progrès qui sont évalués et notés chaque année, cette charte est également un outil pédagogique de sensibilisation et d'information de l'ensemble des parties prenantes de Rexel.

En 2007, l'application de la Charte a été élargie à deux nouveaux pays, la Suisse et la Belgique, et à l'activité de Gexpro aux États-Unis. À travers l'amélioration

des pays, le Groupe a progressé dans la mise en œuvre de ses objectifs.

### ■ Participer à la récupération des produits usagés

En Europe, aux États-Unis, ainsi que dans de nombreux autres pays où le Groupe opère, Rexel participe activement à l'effort de recyclage des équipements électriques dans le respect des législations locales. Dans les pays membres de l'Union européenne par exemple, la directive DEEE impose aux distributeurs de matériel électrique de récupérer les produits usagés (piles et tubes fluorescents dans une première phase) à raison d'un article repris pour un produit acheté. Dans certains pays dont la France et l'Espagne, le Groupe a

volontairement élargi cette règle afin que la récupération des déchets en agence puisse s'effectuer sans obligation d'achat.

### ■ Aux États-Unis, Rexel, Inc. met en place un dispositif de collecte spécifique

Depuis 2007, les clients de Rexel, Inc. peuvent profiter du service d'enlèvement et de recyclage des produits d'éclairage et des piles. Proposée lors de l'achat des produits dans les agences, l'option recyclage est disponible par le biais de deux formules : le kit "Recyclepak" et sa solution d'enlèvement prépayée ou bien un service "à la carte" qui permet de gérer des volumes importants de produits avec une collecte régulière. ■



## Sécuriser la relation commerciale

**En développant le credit-management.** Ce service a pour objectif de gérer et d'optimiser le portefeuille de nos créances clients dans notre intérêt commun. Le credit manager est un interlocuteur clé notamment pour notre clientèle artisans et PME car, grâce à sa connaissance de la situation financière et commerciale des clients, il apporte des solutions adaptées permettant d'accompagner la croissance des ventes dans le respect des délais de paiement négociés.



# ACTIVITÉ FINANCIÈRE

## Levier de notre croissance rentable

Nous nous appuyons sur un modèle de développement qui allie croissance et rentabilité. Les leviers qui permettent leur optimisation recèlent d'importants potentiels pour les années à venir. En 2007, ils nous ont permis de renforcer nos cash flows, de réduire notre endettement et d'améliorer la rentabilité. Cette performance confirme la pertinence de notre modèle d'entreprise et l'efficacité de la mise en œuvre de notre stratégie.



# La stratégie financière de Rexel

Le modèle de croissance de Rexel est fondé sur un développement rentable de ses parts de marché intégrant une forte génération de cash flow. Il s'appuie sur une croissance régulière de la marge opérationnelle (EBITA ajusté) et un besoin en fonds de roulement maîtrisé, associé à une faible intensité capitalistique.

## LE MODÈLE DE CROISSANCE DE REXEL

En 2007, sur base comparable, la marge d'EBITA ajusté s'est améliorée de 60 points de base, passant de 5,5 % en 2006 à 6,1 % en 2007. L'EBITA ajusté a progressé de 16,2 % pour une augmentation de 3,2 % du chiffre d'affaires. Il a représenté un montant de 658 millions d'euros, en croissance de 92 millions d'euros par rapport à 2006. Pour la cinquième année consécutive, le Besoin en Fonds de Roulement exprimé en pourcentage du chiffre d'affaires a été réduit, de 14,0 % au 31 décembre 2006 à 13,6 % au 31 décembre 2007 en données comparables. C'est ainsi que le Cash Flow Libre de Rexel avant intérêts et impôts versés s'est établi à 670 millions d'euros en 2007, en progression de 183 millions d'euros par rapport à 2006. Après intérêts et impôts versés, le Cash Flow Libre du Groupe s'est élevé à 411 millions d'euros en 2007, en hausse de 247 millions d'euros par rapport à 2006.

Le modèle de croissance de Rexel

est associé à une faible intensité capitalistique : le développement des relations avec nos clients nécessite un contenu de service toujours plus important, mais des investissements corporels limités. Situés entre 0,7 % et 0,9 % du chiffre d'affaires, y compris après l'acquisition de certaines activités européennes de Hagemeyer, les investissements bruts annuels du Groupe permettent de faire évoluer le parc d'agences, d'optimiser les structures logistiques et de mettre en œuvre une stratégie de distribution multi-canal qui renforcent la position de leader de Rexel. Cette capacité à générer un cash flow élevé permet le financement d'acquisitions qui viennent renforcer les parts de marché locales et par conséquent la capacité à mieux servir nos clients.

## DÉVELOPPEMENT RENTABLE DES PARTS DE MARCHÉ

Le lien entre part de marché locale et rentabilité opérationnelle étant établi, Rexel a réalisé 25 acquisitions ciblées entre 2004 et 2007, dont 11 en Europe, 9 en Asie-Pacifique et 5 en Amérique du Nord.

En 2007, cette stratégie d'augmentation des parts de marché locales s'est traduite par les acquisitions de NCA (Australie), APPRO5 (France), Clearlight Electrical (Royaume-Uni), Tri-Valley Electric Supply (États-Unis), Boutet (Belgique), EIW (Australie) et de 51 % de la société Huazhang Electric Automation (Chine). Le montant total de ces investissements s'est élevé à 117 millions d'euros, y compris ajustement de prix sur des acquisitions antérieures.

Par ailleurs, Rexel a mis en œuvre récemment deux acquisitions "transformantes" : Gexpro en 2006 qui, avec un chiffre d'affaires pro forma 2005 de 2,2 milliards de dollars US, a fait passer Rexel au premier rang des distributeurs de matériel électrique aux États-Unis et Hagemeyer en 2008, qui consolide le leadership mondial du Groupe et lui permet de renforcer ses positions en Europe.

En effet, le 24 décembre 2007, par l'intermédiaire de sa filiale indirecte Kelium, Rexel a lancé une offre publique portant sur les actions et obligations convertibles de Hagemeyer, le numéro trois mondial du secteur de la distribution de matériel électrique. Rexel a passé un accord avec Sonepar pour la cession à ce groupe des activités nord-américaines, asiatiques et de certaines activités européennes de Hagemeyer\*. À l'issue de la période d'offre et de la période d'acceptation complémentaire, Kelium détient 98,67 % des actions ordinaires de Hagemeyer et 100,00 % des obligations convertibles émises par Hagemeyer.

## FLEXIBILITÉ DE LA STRUCTURE FINANCIÈRE

Le développement de Rexel s'est toujours accompagné d'une utilisation maîtrisée du levier financier mesuré par le ratio de dette nette rapporté à l'EBITDA des 12 derniers mois.

Le levier financier de Rexel a été réduit à 2,3 au 31 décembre 2007 contre 3,1 au 31 décembre 2006 pro forma l'introduction en Bourse. Avec l'acquisition de certaines activités européennes de Hagemeyer et sur la base des états financiers pro forma 2007 post-cessions à Sonepar, le levier financier de Rexel remontera à 3,9. Il est géré conjointement à une stricte maîtrise de l'exposition aux taux d'intérêt puisque la stratégie de couverture mise en place par le Groupe vise à maintenir environ 70 % de l'endettement net à taux fixe ou plafonné.

À l'horizon de 2011, Rexel a pour objectif une réduction sensible du ratio de dette nette rapporté à l'EBITDA ajusté, à un niveau compris entre 2,0 et 3,0.

Cet objectif de réduction du levier financier sera servi notamment par la poursuite de la réduction du besoin en fonds de roulement exprimé en pourcentage du chiffre d'affaires : à partir du bilan pro forma au 31 décembre 2007, Rexel a pour objectif une diminution du besoin en fonds de roulement de 70 points de base, à 12,5 % à l'échéance de 2011.

## AMÉLIORATION À MOYEN TERME DE LA RENTABILITÉ OPÉRATIONNELLE

À l'horizon de 2011, Rexel a pour objectif une amélioration d'au moins 100 points de base de la marge d'EBITA ajusté par rapport à une marge d'EBITA ajusté 2007 de 5,2 % qui intègre la réalisation au 1<sup>er</sup> janvier 2007 de l'acquisition de Hagemeyer, des échanges et ventes d'actifs convenus entre Rexel et Sonepar, des acquisitions de sociétés réalisées par le Groupe au cours de l'exercice 2007 et de la cession d'une partie des activités de Hagemeyer en Irlande.

### La réalisation de cet objectif sera rendue possible grâce :

- à la mise en œuvre des leviers opérationnels du Groupe ;
- aux synergies anticipées des acquisitions antérieures à 2008, en particulier celle de Gexpro ;
- à l'acquisition de certaines activités européennes de Hagemeyer, en particulier par l'obtention des synergies attendues de leur intégration au sein du Groupe.

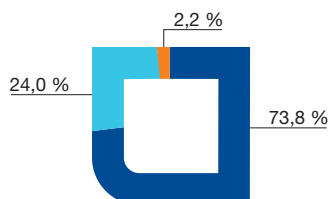
\* Voir les détails de l'acquisition de Hagemeyer et de la cession à Sonepar dans le document de référence Rexel 2007.

# Relations actionnaires

Rexel a été admis sur le marché Euronext Paris en avril 2007, suite à l'offre à prix ouvert et au placement global lancés le 21 mars 2007. Depuis son introduction en Bourse, Rexel associe ses actionnaires à la vie du Groupe grâce à une information régulière et transparente.



## RÉPARTITION DU CAPITAL



- Consortium d'investisseurs\*
- Flottant
- Salariés et principaux managers du Groupe

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

## AGENDA DE L'ACTIONNAIRE

- Assemblée générale annuelle..... 20 mai 2008
- Mise en paiement du dividende..... 30 juin 2008
- Résultats du 1<sup>er</sup> semestre..... 31 juillet 2008
- Résultats du 3<sup>e</sup> trimestre..... 12 novembre 2008

### Distribution de dividendes :

Rexel proposera, lors de l'Assemblée générale annuelle qui se tiendra le 20 mai 2008, un dividende de 0,37 euro par action, versé le 30 juin 2008, et représentant un taux de distribution de 30 % du résultat net hors coûts liés à l'introduction en Bourse.

### Contact actionnaires :

actionnaires@rexel.com

▶ N° Vert 0 800 666 111

## FICHE D'IDENTITÉ DE L'ACTION REXEL

- Code ISIN : FR0010451203
- Code mnémotechnique : RXL
- Place de cotation : Paris
- Marché : Euronext Paris – Compartiment A
- Indices : Next 150, SBF 120, CAC MID100

## LE COURS DE L'ACTION

- Cours d'introduction (au 4 avril 2007)..... 16,5 euros
- Cours au 31 décembre 2007..... 12,5 euros
- Nombre d'actions moyen..... 255 993 827 actions
- Capitalisation boursière (au 31 décembre 2007)..... 3,2 milliards d'euros
- Volume total de titres échangés depuis le 5 avril 2007..... 123 794 304 actions
- Moyenne quotidienne de titres échangés..... 644 762 actions
- Nombre de jours de cotation en 2007..... 192 jours

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



# Avril 2007:

introduction en Bourse de Rexel  
(sur le marché Euronext Paris).

Un dividende prévisionnel  
représentant **30** % du résultat net



## DE BONNES PRATIQUES EN MATIÈRE DE COMMUNICATION FINANCIÈRE

Rexel s'attache à pratiquer la plus grande transparence en matière de communication financière et a renforcé celle-ci à l'occasion de son retour en Bourse : au-delà de la publication des résultats trimestriels et du rapport annuel, Rexel a lancé une *Lettre aux actionnaires* semestrielle et a mis en place un numéro vert et une rubrique dédiée sur le site internet ([www.rexel.com](http://www.rexel.com)). Enfin, Rexel organise des rencontres à Paris et en régions en partenariat avec Euronext et la Fédération Française des Clubs d'Investissement, à l'occasion desquelles les actionnaires peuvent poser directement leurs questions à la Direction du Groupe.

## RÉUNION D'INFORMATION À L'INTENTION DES ACTIONNAIRES INDIVIDUELS

### En 2007

- 22 octobre à Nantes
- 20 novembre à Nice

### En 2008\*

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

\* A titre indicatif.

## 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.

L'inscription des titres au **nominatif pur** dispense l'actionnaire de droits de garde et de frais de gestion de compte. Elle lui permet aussi de disposer de droits de vote double au bout de deux ans, de recevoir nominativement les convocations aux assemblées et les informations concernant les opérations sur titres, et également de bénéficier d'une diffusion personnalisée des informations sur le Groupe. Pour inscrire ses titres au nominatif pur, l'actionnaire doit en faire la demande auprès de son intermédiaire financier.

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

### BNP Paribas Securities Services

Tél. : 0 826 109 119

Adresse : BNP Paribas Securities Services  
GCT Emetteurs – Immeuble Tolbiac  
75450 Paris Cedex 09.

# Rapport de gestion simplifié

L'exercice 2007 a été marqué par la poursuite de l'amélioration de la rentabilité opérationnelle et de la génération de flux de trésorerie du Groupe : le chiffre d'affaires s'est établi à 10 704 millions d'euros, en progression de 15,1 % en données réelles, 2,9 % en données comparables et à nombre de jours constant par rapport à l'exercice 2006, et le résultat opérationnel avant autres produits et charges ajusté (EBITA ajusté) à 658 millions d'euros, en progression de 16,2 % en données comparables, soit 6,1 % du chiffre d'affaires sur la période contre 5,5 % sur l'exercice 2006. Le cash flow libre après investissements nets et avant intérêts et impôts était de 670 millions d'euros contre 488 millions d'euros sur l'année antérieure.

L'Europe et la zone Asie-Pacifique, qui représentent 54 % du chiffre d'affaires consolidé, ont généré des croissances d'activité de 6,0 % et 12,6 % respectivement, qui ont plus que compensé la baisse de chiffre d'affaires en Amérique du Nord (45 % du chiffre d'affaires consolidé), de -1,6 % en données comparables et à nombre de jours constants.

Les marchés finaux de Rexel dans l'industrie et le tertiaire ont continué à être porteurs en Europe durant l'exercice 2007. Le marché résidentiel s'y est maintenu à des niveaux élevés dans la plupart des pays, malgré les replis constatés en Allemagne et au Royaume-Uni. Dans la zone Asie-Pacifique, la progression des marchés tertiaire et industriel, notamment dans le secteur minier, est demeurée soutenue, le marché résidentiel restant quant à lui favorable en Australie. Aux États-Unis, le marché résidentiel ainsi que le marché tertiaire pour la part liée au résidentiel, ont connu une évolution négative par rapport à la même période de l'année précédente. Dans ce pays, le marché industriel était en croissance.

Dans ce contexte, Rexel a continué de mettre en œuvre ses leviers opérationnels – développement des services à la clientèle, optimisation continue des structures tarifaires et enrichissement des partenariats fournisseurs notamment – et a accéléré la mise en œuvre des synergies en relation avec l'intégration de Gexpro, synergies qui se sont avérées en avance par rapport au plan initial. En données comparables ajustées, le taux de marge brute a ainsi progressé de 24,2 % du chiffre d'affaires sur l'exercice 2006 à 24,5 % sur l'exercice 2007.

Rexel a poursuivi l'amélioration de ses structures logistiques et de la productivité de ses fonctions support. Enfin, Rexel a lancé début 2007 un plan de réduction des coûts aux États-Unis, afin de les adapter aux tendances d'activité. Ces actions, associées à un strict contrôle des coûts sur les autres zones, ont permis de limiter la hausse des frais administratifs et commerciaux à 1,5 % sur l'exercice 2007 par rapport à 2006, en données comparables.

La combinaison de la croissance organique liée à une augmentation du taux de marge brute et d'un strict contrôle des coûts, a conduit à une hausse sensible de l'EBITA en données comparables ajustées au cours de l'exercice 2007 par rapport à l'exercice 2006 qui est passé de 5,5 % des ventes en 2006 à 6,1 % en 2007.

L'amélioration significative de la rentabilité opérationnelle au cours de l'exercice 2007 s'est accompagnée d'une poursuite de la réduction du besoin en fonds de roulement. Exprimé en pourcentage du chiffre d'affaires, sur base comparable, celui-ci est passé de 14,0 % au 31 décembre 2006 à 13,6 % au 31 décembre 2007.

Au cours de l'exercice 2007, Rexel a poursuivi la mise en œuvre de sa stratégie de consolidation du secteur de la distribution de matériel électrique par des acquisitions de petite et moyenne tailles : 7 acquisitions ont été réalisées au cours de l'exercice, en Australie, en Chine, en France, aux États-Unis, au Royaume-Uni et en Belgique. Si ces opérations avaient été réalisées le 1er janvier 2007, le chiffre d'affaires et l'EBITA ajusté se seraient établis respectivement à 10 809 et 664 millions d'euros en 2007.

Enfin, le 24 décembre 2007, Rexel a lancé une offre publique d'achat recommandée sur l'intégralité des actions et obligations de son concurrent Hagemeyer. Rexel et Sonepar ont conclu un accord pour la cession de certains actifs de Hagemeyer, principalement en Amérique du Nord et en Asie-Pacifique.

# Comptes consolidés de Rexel

## COMPTE DE RÉSULTAT CONSOLIDÉ

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

	2007	2006
Chiffre d'affaires	10 704,4	9 298,9
Coût des ventes	(8 088,8)	(6 953,3)
<b>Marge brute</b>	<b>2 615,6</b>	<b>2 345,6</b>
Frais administratifs et commerciaux	(1 967,2)	(1 772,0)
<b>Résultat opérationnel avant autres produits et charges</b>	<b>648,4</b>	<b>573,6</b>
Autres produits	6,9	9,0
Autres charges	(84,8)	(58,9)
<b>Résultat opérationnel</b>	<b>570,5</b>	<b>523,7</b>
Produits financiers	43,0	31,8
Coût de l'endettement financier	(172,3)	(254,4)
Charges financières liées au refinancement	(165,9)	–
Autres charges financières	(24,0)	(29,4)
<b>Charges financières (nettes)</b>	<b>(319,2)</b>	<b>(252,0)</b>
<b>Résultat net avant impôt</b>	<b>251,3</b>	<b>271,7</b>
Charge d'impôt sur le résultat	(107,8)	(82,8)
<b>Résultat net</b>	<b>143,5</b>	<b>188,9</b>
Dont :		
Résultat net – Part du Groupe	143,0	188,9
Résultat net – Part des minoritaires	0,5	–
<b>Résultat net par action :</b>		
Résultat de base par action (en euros)	0,65	1,50
Résultat dilué par action (en euros)	0,64	1,48



# ACTIVITÉ FINANCIÈRE

## BILAN CONSOLIDÉ

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

	2007	2006 <sup>(1)</sup>
<b>ACTIF</b>		
Goodwill	2 608,3	2 562,5
Immobilisations incorporelles	686,0	696,9
Immobilisations corporelles	272,1	268,5
Actifs financiers non courants	76,8	39,3
Actifs d'impôts différés	127,4	127,3
<b>Total des actifs non courants</b>	<b>3 770,6</b>	<b>3 694,5</b>
Stocks	1 143,2	1 117,0
Créances clients	2 018,5	2 026,9
Créances d'impôt courant	1,4	54,6
Autres actifs	422,6	437,0
Actifs destinés à être cédés	-	50,7
Trésorerie et équivalents de trésorerie	515,2	473,1
<b>Total des actifs courants</b>	<b>4 100,9</b>	<b>4 159,3</b>
<b>Total des actifs</b>	<b>7 871,5</b>	<b>7 853,8</b>
<b>CAPITAUX PROPRES</b>		
Capital social	1 280,0	630,5
Prime d'émission	1 409,9	1,6
Réserves	531,4	350,9
<b>Total des capitaux propres part du Groupe</b>	<b>3 221,3</b>	<b>983,0</b>
Intérêts minoritaires	6,0	5,6
<b>Total des capitaux propres</b>	<b>3 227,3</b>	<b>988,6</b>
<b>DETTES</b>		
Emprunts et dettes auprès des actionnaires (part à long terme)	-	543,0
Autres dettes financières (part à long terme)	1 999,1	3 204,4
Avantages du personnel	125,6	133,7
Passifs d'impôts différés	161,5	173,5
Provisions et autres passifs non courants	52,8	58,0
<b>Total des passifs non courants</b>	<b>2 339,0</b>	<b>4 112,6</b>
Emprunts et dettes auprès des actionnaires (part à court terme)	-	496,9
Autres dettes financières (part à court terme)	118,1	109,5
Intérêts courus	4,6	20,3
Dettes fournisseurs	1 659,3	1 616,1
Dettes d'impôt courant	24,0	25,8
Autres dettes	499,2	481,6
Passifs relatifs à des actifs destinés à être cédés	-	2,4
<b>Total des passifs courants</b>	<b>2 305,2</b>	<b>2 752,6</b>
<b>Total des passifs</b>	<b>4 644,2</b>	<b>6 865,2</b>
<b>Total des passifs et des capitaux propres</b>	<b>7 871,5</b>	<b>7 853,8</b>

(1) Conformément à la norme IFRS 3, certaines estimations préliminaires dans l'affectation du prix d'acquisition de Gexpro ont fait l'objet d'une révision dans les 12 mois qui suivent l'acquisition. L'estimation provisoire des impôts différés actifs a ainsi été ajustée en correction du *Goodwill* pour un montant de 11,7 millions de dollars US.

## FLUX DE TRÉSORERIE

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

2007

2006

### FLUX DE TRÉSORERIE PROVENANT DES ACTIVITÉS OPÉRATIONNELLES

Résultat opérationnel	570,5	523,7
Amortissements et dépréciation d'actifs	85,2	108,9
Avantages au personnel	(6,4)	(4,1)
Variation des autres provisions	(5,0)	(0,9)
Autres éléments opérationnels sans effet sur la trésorerie	59,7	3,5
Intérêts payés	(217,7)	(196,6)
Impôt payé	(41,8)	(127,8)
<b>Flux de trésorerie des activités opérationnelles avant variation du besoin en fonds de roulement</b>	<b>444,5</b>	<b>306,7</b>
Variation des stocks	(50,5)	(33,3)
Variation des créances clients	(11,2)	(221,8)
Variation des dettes fournisseurs	54,3	139,4
Variations des autres créances et autres dettes	(5,6)	17,8
<b>Variation du besoin en fonds de roulement</b>	<b>(13,0)</b>	<b>(97,9)</b>
<b>Trésorerie nette provenant des activités opérationnelles</b>	<b>431,5</b>	<b>208,8</b>

### FLUX DE TRÉSORERIE PROVENANT DES ACTIVITÉS D'INVESTISSEMENT

Acquisition d'immobilisations corporelles	(72,7)	(62,8)
Produits de cession d'immobilisations corporelles	52,1	17,4
Acquisition de filiales, sous déduction de la trésorerie acquise	(116,8)	(840,3)
Cession de filiales, sous déduction de la trésorerie cédée	4,9	0,3
Variation des placements à long terme	(51,7)	19,3
<b>Trésorerie nette provenant des activités d'investissement</b>	<b>(184,2)</b>	<b>(866,1)</b>

### FLUX DE TRÉSORERIE PROVENANT DES ACTIVITÉS DE FINANCEMENT

Produits de l'émission d'actions	1 005,0	-
Rachat d'actions propres	(8,3)	-
Variation nette des facilités de crédit et autres dettes financières	(1 212,9)	415,6
Variation nette des financements reçus au titre des programmes de titrisation	42,2	315,0
Remboursement des dettes résultant des contrats de location-financement	(26,9)	(27,0)
Remboursement d'emprunts auprès des actionnaires	-	(1,9)
<b>Trésorerie nette provenant des activités de financement</b>	<b>(200,9)</b>	<b>701,7</b>
Augmentation nette de la trésorerie et des équivalents de trésorerie	46,4	44,4
Trésorerie et équivalents de trésorerie à l'ouverture	473,1	434,7
Effet de la variation des taux de change et autres éléments de réconciliation	(4,3)	(6,0)
<b>Trésorerie et équivalents de trésorerie au 31 décembre</b>	<b>515,2</b>	<b>473,1</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 2006</b>	<b>630,5</b>	<b>1,6</b>	<b>139,3</b>	<b>68,7</b>	<b>(0,7)</b>	<b>-</b>	<b>839,4</b>	<b>2,8</b>	<b>842,2</b>
Écarts de conversion				(63,4)			(63,4)	(0,4)	(63,8)
Couvertures de flux de trésorerie					13,0		13,0		13,0
<b>Produits et charges comptabilisés directement en capitaux propres</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>(63,4)</b>	<b>13,0</b>		<b>(50,4)</b>	<b>(0,4)</b>	<b>(50,8)</b>
Résultat net			188,9				188,9	-	188,9
<b>Total des produits et charges comptabilisés au titre de la période</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>188,9</b>	<b>(63,4)</b>	<b>13,0</b>		<b>138,5</b>	<b>(0,4)</b>	<b>138,1</b>
Augmentation de capital							-		-
Paiements fondés sur des actions			5,1				5,1		5,1
Intérêts minoritaires des sociétés acquises ou cédées							-	3,2	3,2
<b>Au 31 décembre 2006</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>(0,3)</b>	<b>(24,1)</b>	<b>(6,9)</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>142,7</b>	<b>(24,1)</b>	<b>(6,9)</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)
Dividendes payés							-		-
Intérêts minoritaires des sociétés acquises ou cédées							-		-
<b>Au 31 décembre 2007</b>	<b>1 280,0</b>	<b>1 409,9</b>	<b>553,1</b>	<b>(18,8)</b>	<b>5,4</b>	<b>(8,3)</b>	<b>3 221,3</b>	<b>6,0</b>	<b>3 227,3</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	
	2007	2006	2007	2006	2007	2006	2007	2006	2007	2006
<b>Éléments du compte de résultat</b>										
Chiffre d'affaires	5 041,9	4 588,4	4 806,1	4 016,6	797,2	635,7	59,2	58,2	10 704,4	9 298,9
Résultat opérationnel avant amortissement, autres produits & charges	409,7	358,3	266,9	242,5	53,9	40,4	(5,1)	(4,1)	725,4	637,1
Amortissements	(35,0)	(34,4)	(31,3)	(15,6)	(3,7)	(3,4)	(7,0)	(10,1)	(77,0)	(63,5)
Résultat opérationnel avant autres produits & charges	374,7	323,9	235,6	226,9	50,2	37,00	(12,1)	(14,2)	648,4	573,6
Dépréciation du goodwill	(8,2)	(23,6)	-	-	-	-	-	-	(8,2)	(23,6)
<b>Éléments du tableau de flux de trésorerie</b>										
Dépenses d'investissement (nettes des cessions)	8,1	(25,7)	(22,9)	(18,4)	(3,3)	(3,8)	(2,5)	2,5	(20,6)	(45,4)
<b>Éléments du bilan</b>										
Goodwill	1 475,8	1 466,1	927,7	966,4 <sup>(1)</sup>	204,5	129,0	0,4	1,0	2 608,4	2 562,5 <sup>(1)</sup>
Actifs non courants (hors actifs d'impôts différés & goodwill)	649,7	645,4	256,4	273,1	56,4	50,3	72,4	35,9	1 034,9	1 004,7
Actifs courants (hors créances d'impôt courant)	2 097,8	2 095,1	1 153,9	1 261,9	269,9	211,2	62,7	63,4	3 584,3	3 631,6
Passifs courants (hors dettes d'impôt courant et endettement financier)	(1 325,0)	(1 291,1)	(598,9)	(638,3)	(168,3)	(122,9)	(66,3)	(47,8)	(2 158,5)	(2 100,1)

(1) Conformément à la norme IFRS 3, certaines estimations préliminaires dans l'affectation du prix d'acquisition de Gexpro ont fait l'objet d'une révision dans les 12 mois qui suivent l'acquisition. L'estimation provisoire des impôts différés actifs a ainsi été ajustée en correction du Goodwill pour un montant de 11,7 millions de dollars US.



## Nos services

### + Implication

#### Une force de conseil

- Sélection
- Assistance à projet
- Étude, conception, suivi de systèmes techniques
- Gestion de grands projets internationaux

### + Accompagnement

#### À toutes les étapes, de l'avant-vente à l'après-vente

- Information produits
- Proposition d'offres alternatives
- Formation en agence
- Gestion des coûts

### + Efficacité

#### Mise à disposition selon les besoins

- En agence
- Livraison sur site, sur chantier, en express, par lots
- Gestion des stocks clients

## Nos clients et nos marchés

### L'industrie

Agroalimentaire, automobile, pétrochimie, santé...

### Installation & maintenance

### La maison

Habitat individuel et collectif

### Construction & rénovation

### Le tertiaire

Aéroports, bureaux, hôpitaux, centres commerciaux...

### Installateurs

Artisans, sociétés d'installation de moyennes et grandes tailles

## **Rexel**

189-193 bd Malesherbes

75017 Paris - France

Tél. : + 33 (0)1 42 85 85 00

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

SA au capital de 1 279 969 135 €

479 973 513 R.C.S. Paris

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

### **Ce document a été réalisé par la direction de la communication 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 2007 (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 : Laurent Zylberman (Graphix Images), Jean Erik Pasquier (Agence Rapho), Michel Labelle, Arno Masse et Jacqueline Dubbink (Hagemeyer), Photothèque Bosch Security Systems, CedricM video, Xavier Renault.

Conception-réalisation : **W & CIE**

Publication : mai 2007

Imprimé en France sur papier produit sans chlore ou dérivé.



**Rexel**  
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)

