



Initiatives en action ✦ Faire progresser le monde électrique

RAPPORT D'ACTIVITÉ
ET DE RESPONSABILITÉ
D'ENTREPRISE 2009

REXEL

ELECTRICAL SUPPLIES

- ✦ **Leader mondial de la distribution de matériel électrique**
- ✦ **N° 1 en Amérique du Nord**
- ✦ **N° 1 en Asie-Pacifique**
- ✦ **N° 2 en Europe**
- ✦ **11,3 milliards d'euros de chiffre d'affaires en 2009**
- ✦ **34 pays**
- ✦ **40 enseignes**
- ✦ **2 300 agences**
- ✦ **29 000 collaborateurs**

Initiatives en action ✦

Faire progresser
le monde électrique

Rexel, résultats et gouvernance

Chiffres clés	02
Gouvernement d'entreprise	06
Comité exécutif	08
Bourse et actionnaires	10
Indicateurs environnementaux	14
Indicateurs sociaux	15
Comptes consolidés	16

Chiffres clés 2009

✦ **Chiffre d'affaires**
11,3 milliards d'euros

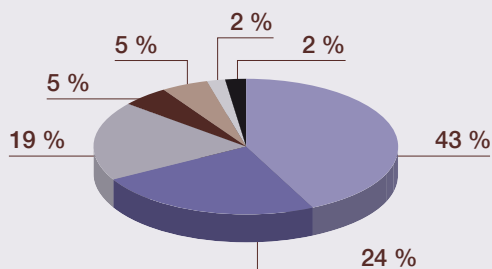
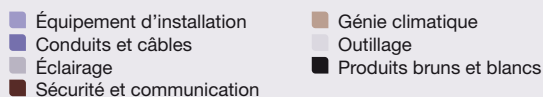
✦ **Résultat opérationnel***
450 millions d'euros

✦ **Flux net de trésorerie**
880 millions d'euros

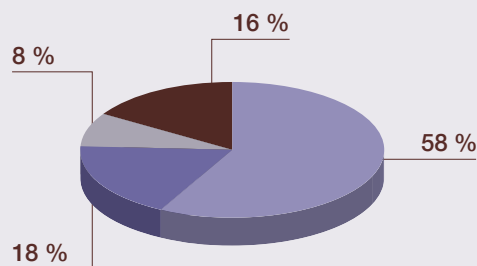
✦ **Dettes financières**
2,4 milliards d'euros

✦ **Résultat net**
81 millions d'euros

CHIFFRE D'AFFAIRES 2009
PAR PRODUIT



CHIFFRE D'AFFAIRES 2009
PAR CLIENT

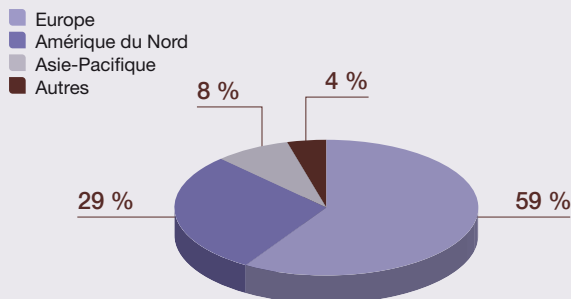


* Avant autres produits et charges.

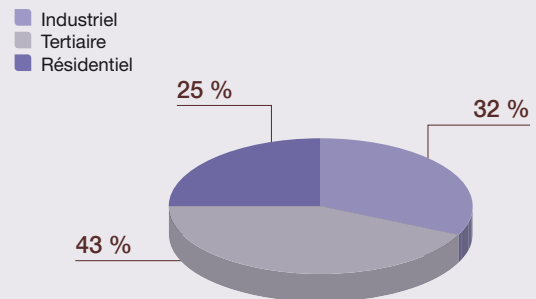
Initiatives en action ✦

Faire progresser le monde électrique

CHIFFRE D'AFFAIRES 2009
PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE



CHIFFRE D'AFFAIRES 2009
PAR MARCHÉ



AMÉRIQUE DU NORD

600 agences
7 700 collaborateurs

Canada
États-Unis

EUROPE

1 320 agences
16 900 collaborateurs

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

AUTRES

80 agences
1 500 collaborateurs

Chili
Activités ACE,
Conectis...

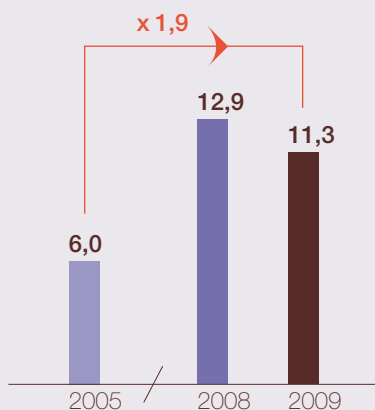
ASIE-PACIFIQUE

300 agences
2 600 collaborateurs

Australie	Nouvelle-Zélande
Chine	Singapour
Indonésie	Thaïlande
Malaisie	

Bonne résistance et désendettement en 2009

L'année 2009 a démontré la capacité de résistance de Rexel dans un contexte économique très difficile. Elle a également été une année de fort désendettement et de renforcement de la structure financière du Groupe. En 2010, Rexel poursuivra 3 axes prioritaires : la consolidation de son leadership, l'amélioration de sa rentabilité et la génération d'un niveau de cash flow élevé.



Chiffre d'affaires

11,3 milliards d'euros

En 2009, le chiffre d'affaires a baissé respectivement de 12,1 % et de 17,2 % en données comparables et à nombre de jours constant, en raison de la crise économique qui a affecté les trois marchés finaux de Rexel (résidentiel, industriel et tertiaire).

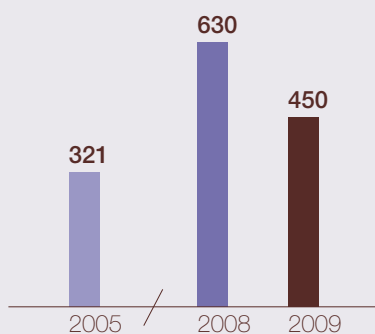
Sur les 5 dernières années et en dépit de la baisse enregistrée en 2009, le chiffre d'affaires a quasiment doublé et le taux de croissance moyen annuel a été de 17 %.

Résultat opérationnel avant autres produits et autres charges (EBITA)

450 millions d'euros

En 2009, l'EBITA a démontré une forte capacité de résistance face à la baisse du chiffre d'affaires, grâce à la bonne tenue de la marge brute et aux mesures drastiques de réduction des coûts. Ainsi, la marge d'EBITA n'a baissé que de 90 points de base entre 2008 et 2009 (4,0 % du chiffre d'affaires en 2009 par rapport à 4,9 % en 2008).

Sur les 5 dernières années et en dépit de la baisse enregistrée en 2009, le taux de croissance moyen annuel de l'EBITA a été de 9 %.

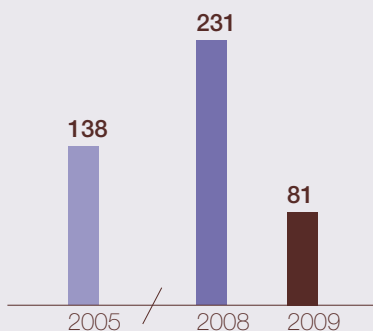


Initiatives en action ✦

Faire progresser le monde électrique

Résultat net

81 millions d'euros

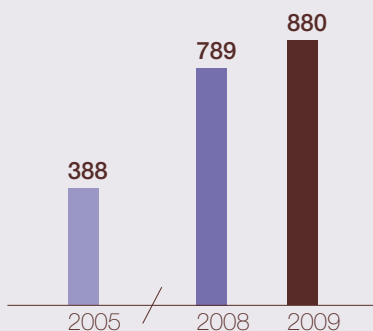


En 2009, le résultat net a baissé de 65 % en raison notamment de la baisse de l'EBITA liée à l'activité et des charges exceptionnelles de restructurations générées par les programmes de réduction des coûts.

Hors éléments non-récurrents (principalement charges de restructuration), le résultat net récurrent de 2009 s'est élevé à 166 millions d'euros en comparaison de 138 millions d'euros en 2005.

Flux net de trésorerie disponible (cash flow libre) avant intérêts et impôts

880 millions d'euros

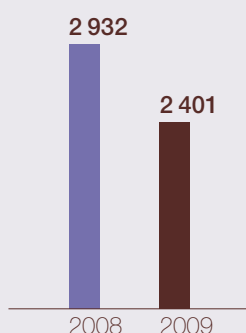


En 2009, le cash flow libre avant intérêts et impôts a progressé de 11 %, en raison de la bonne gestion du besoin en fonds de roulement et d'une sélectivité accrue dans les investissements, qui ont permis de compenser l'impact de la baisse de l'EBITA et les coûts de restructuration.

Sur les 5 dernières années, le taux de croissance moyen annuel du cash flow libre avant intérêts et impôts a été de 23 %.

Dettes financières nettes

2,4 milliards d'euros à fin 2009



En 2009, grâce au niveau élevé de cash flow, la dette financière nette de Rexel a baissé de 531 millions d'euros par rapport à fin 2008. Par ailleurs, Rexel a accru la maturité de sa dette et sa flexibilité financière grâce à l'émission d'obligations et la mise en place d'un nouveau contrat de crédit senior.

Sur les 5 dernières années, Rexel a financé une politique de croissance externe active avec plus d'une trentaine d'acquisitions, dont les acquisitions majeures de GE Supply (devenue Gexpro) aux États-Unis et de Hagemeyer en Europe.

Gouvernement d'entreprise

Rexel est une société anonyme à Directoire et Conseil de surveillance, organisation lui permettant de distinguer les fonctions de gestion et de contrôle dévolues respectivement au Directoire et au Conseil de surveillance.

(au 31 mars 2010)

Le Directoire

Jean-Charles Pauze

Président du Directoire

Michel Favre

Directeur Finances,
Contrôle et Juridique, Groupe

Pascal Martin

Directeur Opérations et
Développement, Groupe

Jean-Dominique Perret

Directeur des Ressources Humaines Groupe,
Délégué Groupe Amérique latine

Le Conseil de surveillance

Roberto Quarta

Président

Patrick Sayer

Vice-Président

Joe Adorjan*

François David*

Eurazeo représenté par Marc Frappier

Fritz Fröhlich*

Manfred Kindle

Luis Marini-Portugal

David Novak

Guido Padovano

Matthew Turner

* *Membre indépendant.*

Initiatives en action ✦

Faire progresser le monde électrique

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, David Novak, Matthew Turner et Joe Adorjan. 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 sept fois au cours de l'exercice 2009.

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 trois fois au cours de l'exercice 2009.

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 d'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 dix fois au cours de l'exercice 2009.

COMITÉ STRATÉGIQUE

Le comité stratégique est composé de David Novak (son Président), François David, Patrick Sayer, Matthew Turner et Joe Adorjan. 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 tous projets stratégiques pour le Groupe tels que acquisitions, cessions ou investissements. Il s'est réuni trois fois au cours de l'exercice 2009.

Le règlement du Conseil de surveillance est consultable sur le site internet www.rexel.com

Comité exécutif

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

(au 31 mars 2010)



Jean-Charles Pauze

Président du Directoire

Directions fonctionnelles



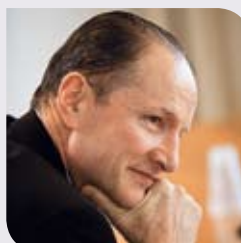
Michel Favre

Membre du Directoire
Directeur Finances, Contrôle
et Juridique, Groupe



Pascal Martin

Membre du Directoire
Directeur Opérations
et Développement, Groupe



Jean-Dominique Perret

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



Laetitia Olivier

Directeur de la Communication
et du Développement durable

Initiatives en action ✦

Faire progresser le monde électrique

Directions opérationnelles géographiques

EUROPE



Patrick Bérard

Directeur général France
et Europe continentale Sud



Werner Hardt

Directeur général
Europe du Nord



Michel Klein

Directeur général
Europe centrale et de l'Est



Henri-Paul Laschkar

Directeur général
Royaume-Uni et Irlande

AMÉRIQUE DU NORD



Chris Hartmann

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



Jérémy de Brabant

Directeur général de Rexel, Inc. (USA)



Mitch Williams

Directeur général de Gexpro (USA)



Jeff Hall

Directeur général Canada

ASIE-PACIFIQUE



Hubert Salmon

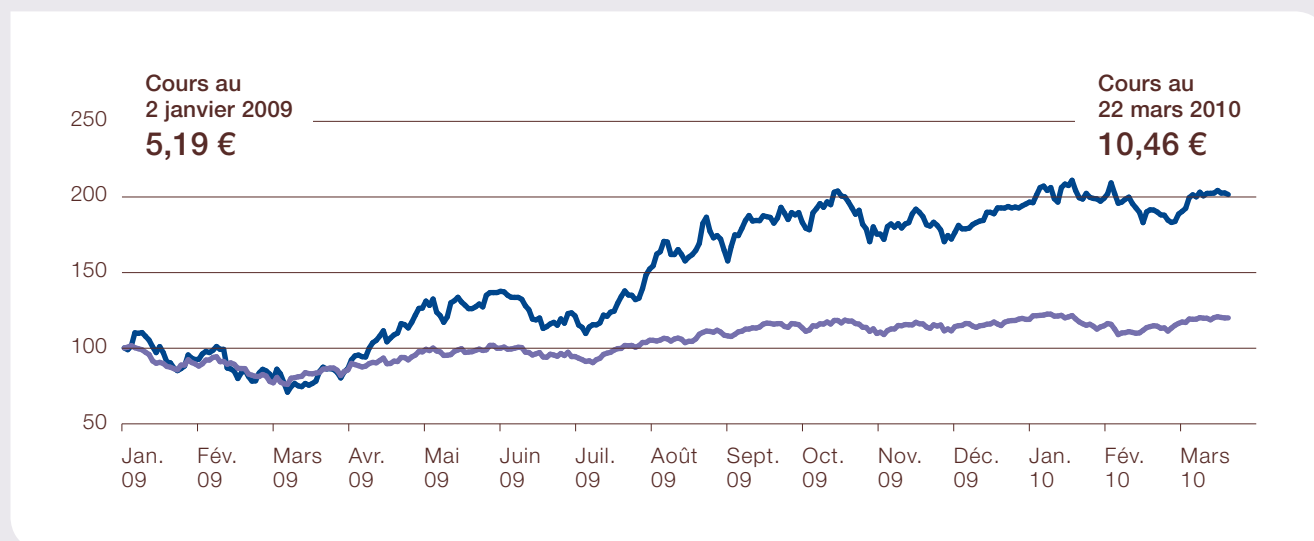
Directeur général Asie-Pacifique

Bourse et actionnaires

En 2009, le cours de Bourse de Rexel a connu un net redressement qui reflète l'appréciation par les marchés financiers, d'une part, de sa capacité de résistance face à la crise économique et, d'autre part, des mesures mises en œuvre pour renforcer sa structure financière. Rexel s'engage à maintenir une communication financière régulière et transparente vis-à-vis de tous ses actionnaires.

Cours de Bourse

Base 100 au 2 janvier 2009 ■ REXEL ■ SBF 120



Le cours de l'action en 2009

Cours au 31 décembre	10,20 euros
Cours le plus haut	10,64 euros
Cours le plus bas	3,56 euros
Nombre d'actions au 31 décembre	258 220 018
Capitalisation boursière au 31 décembre	2,6 milliards d'euros

Retrouvez le cours
de l'action sur

www.rexel.com

Initiatives en action ✦

Faire progresser le monde électrique

Agenda

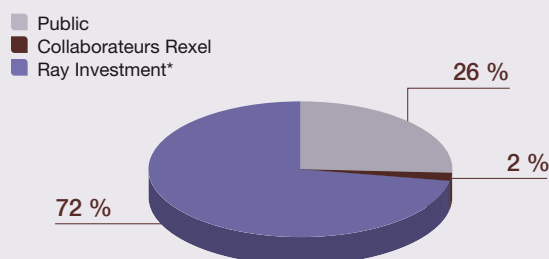
Assemblée générale annuelle..... 20 mai 2010

Résultats du 1^{er} semestre..... 28 juillet 2010

Résultats du 3^e trimestre..... 10 novembre 2010

RÉPARTITION DU CAPITAL

Au 31/12/2009



* Principalement constitué de Clayton, Dubilier & Rice, Eurazeo et BAML Capital Partners

Fiche d'identité

Code ISIN : FR0010451203

Code mnémorique : RXL

Marché : Eurolist by NYSE Euronext

Indices : NEXT 150, SBF 120, SBF 250, CAC MID 100, CAC AllShares

Le service des titres

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

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

BNP Paribas Securities Services

Tél. : 0 826 109 119 (0,15 € /min)

Adresse :

BNP Paribas Securities Services - GCT Émetteurs

Immeuble GMP-Europe

9 rue du Débarcadère

93761 Pantin Cedex



EN 2010, REXEL IRA À LA RENCONTRE DE SES ACTIONNAIRES INDIVIDUELS*

Lundi 7 juin à Blois

Mardi 28 septembre à Strasbourg

Jeudi 25 novembre à Montpellier

* Dates données à titre indicatif.

Contact actionnaires

actionnaires@rexel.com

 **0 800 666 111**



REXEL ASSOCIE SES ACTIONNAIRES À LA VIE DU GROUPE GRÂCE À UNE INFORMATION RÉGULIÈRE ET TRANSPARENTE

Au-delà de la publication des résultats trimestriels et du rapport annuel, Rexel édite une *Lettre aux actionnaires* semestrielle et a mis en place un numéro vert ainsi qu'une rubrique dédiée sur son site internet (www.rexel.com).

Par ailleurs, l'assemblée générale annuelle constitue l'événement majeur dans la relation du Groupe avec ses actionnaires, en étant un lieu de rencontres et d'échanges privilégié.

Rexel organise également des rencontres à Paris et en régions en partenariat avec la Fédération Française des Clubs d'Investissement, NYSE Euronext et l'Association Française des Relations Investisseurs (CLIFF). En 2009, près de 600 actionnaires ont participé aux 2 réunions d'information de Rexel à Lille en juin et Lyon en septembre. Attaché à renforcer le rythme des rencontres avec ses actionnaires, le Groupe prévoit 4 réunions en province en 2010.

Initiatives en action ✦

Faire progresser le monde électrique

Indicateurs et comptes consolidés



Indicateurs environnementaux

Par des actions quotidiennes et mesurées, Rexel s'efforce de réduire les impacts indirects que génère son activité de distribution (transports, déchets, consommation d'énergie). En 2009, le Groupe a mis en place de nombreuses actions en matière d'évaluation et d'optimisation des consommations. En 2010, il prévoit de réaliser un bilan carbone complet de l'entreprise.

L'ensemble des informations qualitatives et quantitatives mesurant les performances du Groupe en matière de responsabilité d'entreprise (compilation par zones géographiques, définitions des indicateurs, historiques, commentaires, etc.), sont présentées au chapitre 3 – Responsabilité d'entreprise – du document de référence.

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

Environnement	2009*	2008*	Variation
CONSOMMATIONS			
Consommation d'électricité (en GWH)	205	208	- 2 %
Consommation de gaz (en GWH)	142	117	+ 21 %
Consommation de fuel (en millions de litres)	3,5	4,3	- 18 %
Consommation de matières premières (en tonnes)	2 989	-	-
dont : - carton	1 686	1 513	+ 11 %
- plastique	343	360	- 5 %
Consommation de papier (en tonnes)	1 690	1 608	+ 5 %
Consommation de carburant (en millions de litres)	21	17	+ 22 %
DÉCHETS			
Quantité totale de déchets traités (en tonnes)	15 014	14 729	+ 2 %
% d'agences effectuant le recyclage des DEEE**	59 %	49 %	+ 20 %
ÉMISSIONS DE CO₂			
Émissions totales (en tonnes équivalent CO ₂)	210 026	202 163	+ 4 %
dont : - émissions de CO ₂ liées à l'énergie	109 677	113 107	- 3 %
- émissions de CO ₂ liées aux transports	104 546	89 056	+ 13 %

* À périmètre constant (cf. document de référence 2009).

** Déchets d'Équipements Électriques et Électroniques.

Initiatives en action ✦

Faire progresser le monde électrique

Indicateurs sociaux

Par sa politique de formation, Rexel participe activement à la professionnalisation et à l'expertise de ses salariés. En outre, le Groupe apporte une attention toute particulière aux problématiques de la non-discrimination et du handicap au travail. Enfin, la sécurité des personnes constitue plus que jamais un axe de vigilance et d'amélioration.

Social	2009	2008*
EFFECTIFS		
Effectif total	29 272	33 309
% de femmes	23,6 %	24,2 %
% de collaborateurs en CDD	3,2 %	3,2 %
Âge moyen des collaborateurs	39,9 ans	39,3 ans
Nombre de recrutements	2 812	5 684
Turnover	14,8 %	17,4 %
ORGANISATION DU TEMPS DE TRAVAIL		
Taux d'absentéisme	3,0 %	2,6 %
FORMATION		
Budget alloué à la formation (en millions d'euros)	9,9	13,5
% de personnes formées dans l'année	48,9 %	43,4 %
DIVERSITÉ		
% de collaborateurs déclarant un handicap	0,7 %	0,6 %
HYGIÈNE & SÉCURITÉ		
Taux de fréquence des accidents du travail (par million d'heures travaillées)	7,8	9,4
Taux de gravité	0,1	0,2
% de personnes formées à la sécurité	42 %	31,8 %

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

Comptes consolidés

Compte de résultat consolidé

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

	2009	2008
Chiffre d'affaires	11 307,3	12 864,5
Coût des ventes	(8 537,8)	(9 805,1)
Marge brute	2 769,5	3 059,4
Frais administratifs et commerciaux	(2 319,3)	(2 429,4)
Résultat opérationnel avant autres produits et charges	450,2	630,0
Autres produits	33,1	124,4
Autres charges	(167,5)	(201,0)
Résultat opérationnel	315,8	553,4
Produits financiers	47,7	74,7
Coût de l'endettement financier	(173,2)	(224,8)
Charges financières liées au refinancement	(21,2)	(11,0)
Autres charges financières	(56,4)	(49,1)
Charges financières (nettes)	(203,1)	(210,2)
Résultat net avant impôt	112,7	343,2
Charge d'impôt sur le résultat	(31,7)	(111,7)
Résultat net	81,0	231,5
Dont :		
Résultat net - Part du Groupe	80,6	230,2
Résultat net - Part des minoritaires	0,4	1,3
Résultat net par action :		
Résultat de base par action (en euros)	0,31	0,90
Résultat dilué par action (en euros)	0,31	0,88

Initiatives en action ✦

Faire progresser le monde électrique

Bilan consolidé

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

	2009	2008
ACTIF		
Goodwill	3 759,4	3 654,1
Immobilisations incorporelles	927,8	927,3
Immobilisations corporelles	261,6	317,1
Actifs financiers non courants	53,3	53,7
Titres mis en équivalence	5,9	
Actifs d'impôts différés	230,0	251,7
Total des actifs non courants	5 238,0	5 203,9
Stocks	1 141,4	1 329,0
Créances clients	1 901,5	2 363,3
Créances d'impôt courant	32,0	4,0
Autres actifs	371,9	477,9
Actifs destinés à être cédés	10,5	4,6
Trésorerie et équivalents de trésorerie	359,6	807,0
Total des actifs courants	3 816,9	4 985,8
Total des actifs	9 054,9	10 189,7
CAPITAUX PROPRES		
Capital social	1 291,1	1 280,0
Prime d'émission	1 392,2	1 409,9
Réserves	720,9	534,4
Total des capitaux propres part du Groupe	3 404,2	3 224,3
Intérêts minoritaires	7,8	24,1
Total des capitaux propres	3 412,0	3 248,4
DETTES		
Dettes financières (part à long terme)	2 677,3	3 454,6
Avantages du personnel	173,8	175,4
Passifs d'impôts différés	221,7	221,7
Provisions et autres passifs non courants	235,4	229,2
Total des passifs non courants	3 308,2	4 080,9
Dettes financières (part à court terme)	77,8	276,1
Intérêts courus	5,7	8,3
Dettes fournisseurs	1 676,0	1 930,0
Dette d'impôt courant	22,9	21,5
Autres dettes	552,3	624,5
Total des passifs courants	2 334,7	2 860,4
Total des passifs	5 642,9	6 941,3
Total des passifs et des capitaux propres	9 054,9	10 189,7

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
Au 1^{er} janvier 2008	1 280,0	1 409,9	553,4	(18,8)	5,1	(8,3)	3 221,3	6,0	3 227,3
Écarts de conversion	-	-	-	(123,0)	-	-	(123,0)	0,7	(122,3)
Couvertures de flux de trésorerie	-	-	-	-	(29,9)	-	(29,9)	-	(29,9)
Titres disponibles à la vente	-	-	-	-	0,3	-	0,3	-	0,3
Produits et charges comptabilisés directement en capitaux propres	-	-	-	(123,0)	(29,6)	-	(152,6)	0,7	(151,9)
Résultat net	-	-	230,2	-	-	-	230,2	1,3	231,5
Total des produits et charges comptabilisés au titre de la période	-	-	230,2	(123,0)	(29,6)	-	77,6	2,0	79,6
Paiements fondés sur des actions	-	-	22,0	-	-	-	22,0	-	22,0
Actions propres	-	-	-	-	-	(2,2)	(2,2)	-	(2,2)
Dividendes payés	-	-	(94,4)	-	-	-	(94,4)	-	(94,4)
Intérêts minoritaires des sociétés acquises ou cédées	-	-	-	-	-	-	-	16,1	16,1
Au 31 décembre 2008	1 280,0	1 409,9	711,2	(141,8)	(24,5)	(10,5)	3 224,3	24,1	3 248,4
Écarts de conversion	-	-	-	102,6	-	-	102,6	(0,3)	102,3
Couvertures de flux de trésorerie	-	-	-	-	(5,2)	-	(5,2)	-	(5,2)
Titres disponibles à la vente	-	-	-	-	0,6	-	0,6	-	0,6
Produits et charges comptabilisés directement en capitaux propres	-	-	-	102,6	(4,6)	-	98,0	(0,3)	97,7
Résultat net	-	-	80,6	-	-	-	80,6	0,4	81,0
Total des produits et charges comptabilisés au titre de la période	-	-	80,6	102,6	(4,6)	-	178,6	0,1	178,7
Augmentation de capital	10,8	(17,7)	6,9	-	-	-	0,0	-	0,0
Paiements fondés sur des actions	0,3	-	5,3	-	-	-	5,6	-	5,6
Actions propres	-	-	-	-	-	8,4	8,4	-	8,4
Transactions avec les minoritaires	-	-	(12,6)	-	-	-	(12,6)	(16,4)	(29,0)
Au 31 décembre 2009	1 291,1	1 392,2	791,4	(39,2)	(29,1)	(2,1)	3 404,3	7,8	3 412,1

Initiatives en action ✦

Faire progresser le monde électrique

Flux de trésorerie

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

	2009	2008
FLUX DE TRÉSORERIE PROVENANT DES ACTIVITÉS OPÉRATIONNELLES		
Résultat opérationnel	315,8	553,4
Amortissements et dépréciations d'actifs	129,5	196,6
Avantages au personnel	(17,8)	(15,1)
Variation des autres provisions	7,3	25,3
Autres éléments opérationnels sans effet sur la trésorerie	12,0	(96,1)
Intérêts payés	(149,3)	(186,7)
Impôt payé	(52,7)	(109,8)
<i>Flux de trésorerie des activités opérationnelles avant variation du besoin en fonds de roulement</i>	244,8	367,6
Variation des stocks	232,9	139,0
Variation des créances clients	521,8	185,1
Variation des dettes fournisseurs	(305,5)	(187,4)
Variations des autres créances et autres dettes	22,4	(3,0)
<i>Variation du besoin en fonds de roulement</i>	471,6	133,7
Trésorerie nette provenant des activités opérationnelles	716,4	501,3
FLUX DE TRÉSORERIE PROVENANT DES ACTIVITÉS D'INVESTISSEMENT		
Acquisition d'immobilisations corporelles	(51,9)	(96,8)
Produits de cession d'immobilisations corporelles	13,4	88,1
Acquisition de filiales, sous déduction de la trésorerie acquise	(46,5)	(3 226,2)
Cession de filiales, sous déduction de la trésorerie cédée	-	905,2
Variation des placements à long terme	0,5	853,6
Trésorerie nette provenant des activités d'investissement	(84,5)	(1 476,1)
FLUX DE TRÉSORERIE PROVENANT DES ACTIVITÉS DE FINANCEMENT		
Augmentation de capital	0,3	-
Augmentation de capital souscrite par les minoritaires	0,7	-
(Rachat) / Vente d'actions propres	8,6	(3,3)
Variation nette des facilités de crédit et autres dettes financières	(803,6)	1 030,8
Variation nette des financements reçus au titre des programmes de titrisation	(236,2)	354,0
Remboursement des dettes résultant des contrats de location-financement	(7,7)	(66,3)
Dividendes versés	(0,3)	(94,4)
Trésorerie nette provenant des activités de financement	(1 038,2)	1 220,8
Augmentation nette de la trésorerie et des équivalents de trésorerie	(406,3)	246,0
Trésorerie et équivalents de trésorerie à l'ouverture	807,0	515,2
Effet de la variation des taux de change et autres éléments de réconciliation	(41,1)	45,8
Trésorerie et équivalents de trésorerie à la clôture	359,6	807,0

Le rapport d'activité et de responsabilité d'entreprise a été réalisé par la Direction de la communication et du Développement durable du groupe Rexel.

Rexel remercie ses collaborateurs et partenaires qui ont participé aux photographies illustrant ce document. Les informations contenues dans le présent document font l'objet de développements complémentaires dans le document de référence Rexel 2009 (déposé auprès de l'AMF). Toute la documentation institutionnelle du groupe Rexel est téléchargeable sur le site internet www.rexel.com.

Crédits photos : Corbis (Gavin Hellier/JAI, Juice Images, Xinhua/Xinhua Press, Granger Wootz/Blend Images, Ron Watts/Ron Watts), FlickrR (Laurent Espitallier), Fotolia (Andrey Armyagov, Saty Bhat, Christian42, Demarco, Ghost, Gravicapa, Indochine, Pavel Losevsky, Chad McDermott, Gunter Menzl, pf30, Pressmaster, Kay Ransom, Shock, Schoenen), Gettyimages (DC Lowe, Digital Vision, Mike Kemp, Rich LaSalle), Graphix Images (Laurent Zylberman, Augusto Da Silva, Pablo Mestre), Hagemeyer (Arno Masee), Michel Labelle, Jean Erik Pasquier, Gérard Uféras. Illustration page 20 : Olivier Bellefond.

Conception-réalisation : **W & CIE**

Rexel

Directeur de la publication : Laetitia Olivier

Responsable de la publication : François Ledard

Publication : mai 2010

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



Initiatives en action ✦

Faire progresser le monde électrique

02

Messages des dirigeants

Bilan de l'année 2009 et les grands enjeux stratégiques, avec **Roberto Quarta**, Président du Conseil de surveillance et **Jean-Charles Pauze**, Président du Directoire.

10

Initiative ✦1 en action Grands projets

Accompagner les grands projets d'infrastructures et les clients Grands Comptes, partout dans le monde, avec une organisation adaptable et solide.



18

Initiative ✦4 en action Efficacité énergétique

Rexel commercialise toutes les solutions économes en énergie (en particulier l'éclairage et les automatismes) et faisant appel aux énergies renouvelables.

26

Initiative ✦7 en action Pays émergents

Capter les nouveaux territoires de croissance, tout particulièrement en Asie, en Inde et en Amérique latine.



Message de Roberto Quarta

PRÉSIDENT DU CONSEIL DE SURVEILLANCE



Une bonne résistance à la crise

Il en a été du secteur de la distribution de matériel électrique comme de toute l'économie mondiale : l'année 2009 a été particulièrement difficile affectant tous les marchés et tous les pays où Rexel est présent. Mais si les ventes ont connu une décroissance historique de plus de 12 %, la baisse de la rentabilité a pu être contenue. Dans ce contexte économique de forte baisse, Rexel peut trouver satisfaction dans sa bonne résistance. La forte réactivité du management a permis au Groupe de protéger sa rentabilité, de conserver une structure financière saine et solide, avec un endettement réduit et une flexibilité renforcée.


La crise qui frappe le secteur depuis maintenant plus de deux ans ne touche pas seulement la croissance. Elle a provoqué une prise de conscience générale qui conduit l'ensemble des acteurs à repenser les modes de production et de consommation. Dans le secteur de la distribution de matériel électrique, de grands enjeux se dessinent clairement : les questions énergétiques, la durabilité et l'éco-performance des installations, l'efficacité de la conduite des grands projets et le développement croissant du commerce électronique. Le rôle de Rexel, en tant que leader du secteur, est de répondre à ces défis par l'innovation et l'accompagnement de ses clients, avec des solutions concrètes, tout en défrichant des voies de croissance structurantes. D'une activité traditionnelle de distribution de matériel électrique, le modèle d'activité de Rexel s'est enrichi vers des solutions et des services à plus forte valeur ajoutée.

Un endettement réduit et un bilan renforcé


En offrant ces solutions, et malgré une conjoncture défavorable, Rexel a su s'adapter à la contraction des marchés sans pour autant fragiliser sa capacité de développement. Les dirigeants du Groupe ont mis en œuvre les actions nécessaires, qui se sont traduites par des économies d'un montant total de 285 millions d'euros. En 2009, la réduction de l'endettement du Groupe était une priorité importante pour Rexel et la dette nette a baissé de 500 millions d'euros pour s'établir à 2,4 milliards. Rexel s'est également attaché à restructurer sa dette, en renégociant l'ensemble de ses accords bancaires et en lançant au quatrième trimestre, l'émission d'une obligation. Le succès de cette obligation, souscrite plus de 2 fois, témoigne de la confiance que nous portent les marchés financiers. Aujourd'hui le profil de dette à long terme est plus stable, la structure financière plus saine et le Groupe a accru sa flexibilité pour poursuivre son développement.

Conformément aux engagements pris lors de la renégociation des accords bancaires, Rexel ne versera pas de dividendes cette année et ce, tant que le ratio d'endettement net / EBITDA sera supérieur à 4. Nous poursuivons l'effort pour réduire la dette du Groupe et reprendre dès que possible le versement régulier de dividendes.

En 2009, le cours de Bourse de Rexel a connu un net redressement qui reflète, d'une part, l'appréciation par les marchés financiers de sa capacité de résistance face à la crise et, d'autre part, des mesures mises en œuvre pour renforcer sa structure financière. Depuis son introduction en Bourse, Rexel s'est également engagé à maintenir une communication financière régulière et transparente vis-à-vis de tous ses actionnaires.



Le Groupe s'efforce d'améliorer sans cesse les règles de transparence, d'information et de bonne gouvernance.



Si nous ne nous attendons pas à de vrais signes d'amélioration avant la seconde partie de l'année, toutes les conditions sont aujourd'hui réunies pour rebondir et continuer à créer de la valeur durablement.



Une gouvernance améliorée pour une plus grande transparence et une meilleure gestion

Rexel s'engage à observer les meilleures pratiques en termes de gouvernement d'entreprise. À cet effet, le Conseil de surveillance a recommandé de proposer à l'Assemblée Générale des actionnaires en 2010 de réduire à quatre ans la durée des mandats des membres du Conseil de surveillance et d'en organiser le renouvellement de façon échelonnée. En 2009, le Conseil a confié l'évaluation de son fonctionnement et de son organisation à un cabinet indépendant qui, au terme de son audit, a souligné la qualité du travail de cette instance de surveillance ainsi que de l'information communiquée. Par l'ensemble de ces actions, le Groupe s'efforce d'améliorer sans cesse les règles de transparence, d'information et de bonne gouvernance.

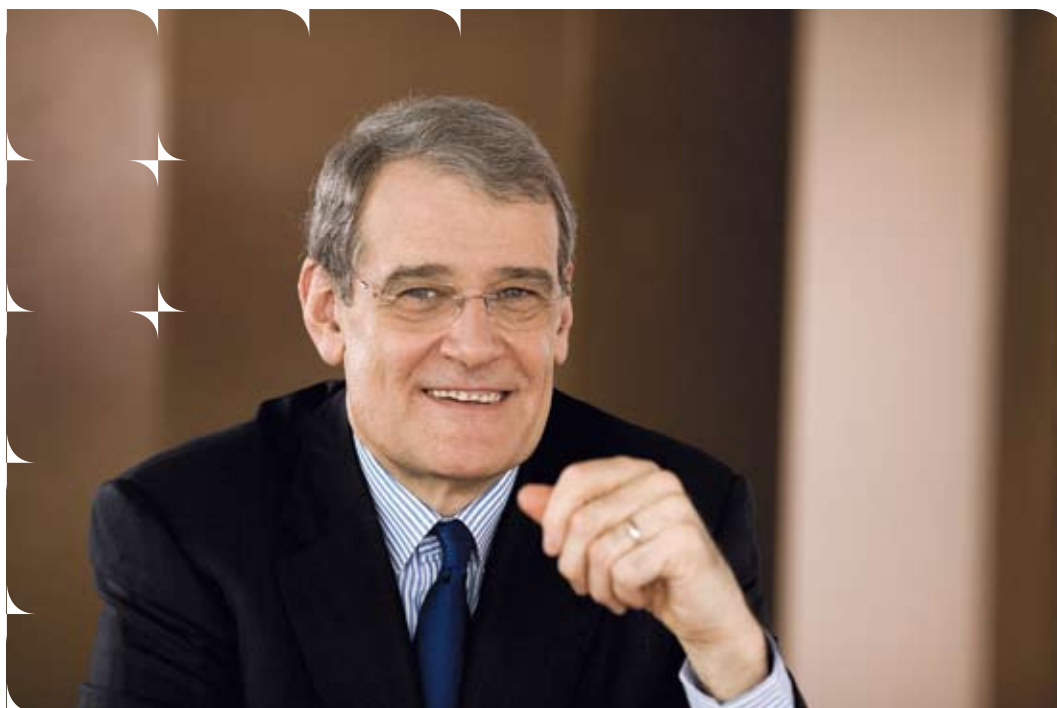
Un modèle de croissance solide et porteur

Même si nous ne nous attendons pas à de vrais signes d'amélioration avant la seconde partie de l'année, Rexel est bien placé pour saisir toutes les opportunités de rebond et continuer à créer de la valeur durablement. Notre structure financière solide et notre performance opérationnelle, comme l'atteste notre capacité à accroître nos marges, sont des preuves de l'efficacité de notre stratégie. L'entreprise a su montrer sa capacité à réagir rapidement aux circonstances et à évoluer en réponse aux besoins de ses clients.

Pour toutes ces raisons, les actionnaires de Rexel peuvent, à juste titre, envisager l'avenir avec confiance. Je souhaite remercier Jean-Charles Pauze, l'équipe de direction, ainsi que l'ensemble des collaborateurs pour leur compétence et leur réactivité durant cette année contrastée et pleine de défis.

Entretien avec Jean-Charles Pauze

PRÉSIDENT DU DIRECTOIRE



Depuis deux ans, la conjoncture est particulièrement difficile. Comment le Groupe a-t-il réagi ?

En 2009, nous nous étions fixé trois priorités : premièrement, préserver voire gagner des parts de marché au travers d'initiatives commerciales pérennes ; deuxièmement, protéger nos marges et notre rentabilité ; troisièmement, renforcer notre structure financière et nous désendetter. Nous avons atteint ces trois objectifs.

Sur l'année, nous avons réalisé un chiffre d'affaires de 11,3 milliards d'euros, en baisse de 12 % par rapport à 2008, et une marge opérationnelle à 4 % en progression régulière sur 2009. Ces chiffres démontrent la capacité de Rexel à limiter l'impact de la baisse d'activité sur sa rentabilité. Par ailleurs, nous avons continué à prouver que notre modèle était générateur d'un fort niveau de flux de trésorerie, puisque celui-ci s'est élevé à 880 millions d'euros en 2009, en hausse de 11 %. Enfin, nous avons renforcé nos marges de manœuvre financières et étendu la maturité de la dette grâce à l'émission d'obligations et à la renégociation de notre contrat de crédit Senior.

La capacité d'anticipation et la combativité des équipes face à la crise ont donc permis de renforcer nos fondamentaux opérationnels et financiers pour accélérer l'évolution de notre modèle et apporter plus de valeur ajoutée à nos clients et nos actionnaires.

Quelle analyse peut-on faire de la performance du Groupe par zone géographique ?

En Europe, en dépit de la conjoncture, nous avons gagné des parts de marché dans nos 3 principaux pays, la France, l'Angleterre et l'Allemagne. En Amérique du Nord, les ventes ont continué à souffrir du ralentissement persistant de nos marchés finaux, notamment dans le secteur de la construction commerciale. En revanche, les premiers signes de reprise sur le secteur de la construction résidentielle sont apparus en fin d'année et devraient se confirmer sur l'année 2010. En Asie-Pacifique, on notera les excellentes performances des activités chinoises qui enregistrent une croissance à deux chiffres et la marge opérationnelle de la zone, établie à 5,4 %, largement supérieure à la moyenne du Groupe.



La capacité d'anticipation et la combativité des équipes ont permis de renforcer nos fondamentaux opérationnels et financiers pour accélérer l'évolution de notre modèle.



Quelles mesures le Groupe a-t-il mis en place pour résister à la crise ?

Dans la plupart des régions où le Groupe est implanté, les équipes Rexel ont su réagir pour s'adapter aux contraintes économiques, notamment pour préserver notre marge brute. Les efforts ont porté sur les achats ainsi que sur une définition plus fine de la gamme de solutions offertes dans chaque pays. Parallèlement, nous avons mis en œuvre des mesures pour réduire nos coûts, ce qui a conduit en 2009 à une économie nette de 285 millions d'euros. Optimisation de la logistique et du transport, fermeture des agences les moins profitables, ajustement des effectifs : ce programme nous a permis de redéployer notre dispositif plus vite que d'autres pour l'adapter aux nouvelles conditions de marché, tout en présentant une bonne capacité de rebond.

En 2010, quelles seront les priorités en matière de réduction des coûts et de désendettement ?

En 2009, nous avons démontré notre capacité à adapter notre structure de coûts. Rexel commencera à percevoir en 2010 les premiers résultats des mesures importantes de restructuration et d'adaptation que nous avons entreprises dans trois pays clés : l'Angleterre, les États-Unis et l'Espagne.

Cette année, Rexel devrait produire un cash flow solide, grâce à une forte discipline financière. Nos investissements n'excéderont pas 0,7 % de notre chiffre d'affaires. Par ailleurs, nous continuerons à gérer de façon rigoureuse notre besoin en fonds de roulement. Enfin, comme cela a été indiqué, Rexel ne versera pas de dividendes en 2010, conformément à l'engagement pris dans le cadre de notre accord de Crédit Senior. La forte génération de cash flow nous permettra de poursuivre le mouvement de désendettement que nous avons engagé et de revenir dès que possible à une politique de versement de dividendes.

Après cette année 2009 difficile, quels seront vos objectifs stratégiques pour 2010 ?

Nous nous fixons pour objectif de renforcer notre leadership mondial, dans un contexte que l'on pourrait qualifier de sortie de crise à défaut de sortie de décroissance.

Nous saisissons toutes les opportunités structurelles de développement, notamment sur des segments que nous avons identifiés comme étant prioritaires. Nous accélérerons l'évolution de notre modèle d'entreprise vers plus de services et de solutions. Nous maintiendrons nos efforts en matière de coûts et de cash flow. Nous continuerons notre croissance externe grâce à des acquisitions ciblées. Enfin, nous restons engagés dans les problématiques de développement durable qui sont au cœur de notre activité. Ce sont les *initiatives en action* que nous décrivons dans le présent rapport annuel.

Sur quels segments de croissance souhaitez-vous mettre l'accent en priorité ?

Nous avons identifié 3 segments porteurs sur lesquels nous entendons concentrer nos efforts commerciaux. Il s'agit du *Lighting retrofit** dans le domaine de l'efficacité énergétique, des énergies renouvelables, en particulier dans le solaire et l'éolien, et des grands projets d'infrastructure qui incluent notamment les partenariats public-privé. (...)

* *Lighting retrofit* : remplacement des sources lumineuses traditionnelles par des éclairages basse consommation.

Entretien avec Jean-Charles Pauze

Cette stratégie illustre la volonté de Rexel d'élargir sa base clients avec une approche verticale et sectorielle (pétrochimie, agroalimentaire, rail, hôtellerie, etc.) ; de proposer une véritable offre de services à valeur ajoutée comme les audits énergétiques ; et enfin de mettre les économies d'énergie et le retour sur investissement au centre de la proposition de valeur pour nos clients. En 2009, ces segments représentaient déjà des ventes de 250 millions d'euros. D'ici à 2012, nous entendons générer au moins 400 millions d'euros de chiffre d'affaires additionnel grâce à ces marchés porteurs.

En quoi le modèle de Rexel est-il en train d'évoluer ?

Jusqu'à présent, notre modèle était celui d'un distributeur de produits, opérant à travers un réseau d'agences et s'adressant à des installateurs. Efficace, fort d'une logistique puissante et d'une large gamme de références, les maîtres mots étaient disponibilité et conseil. Ces axes fondamentaux du métier de distributeur restent évidemment des atouts majeurs. Mais, nous enrichissons désormais notre dispositif en accélérant la dimension services vers une clientèle complémentaire située en aval de la chaîne. Une approche transactionnelle de plus en plus dématérialisée et segmentée, notamment grâce à la montée en puissance de la CRM**



Les mesures de réduction des coûts nous ont permis de redéployer notre dispositif pour l'adapter aux nouvelles conditions de marché, tout en présentant une bonne capacité de rebond.



Les équipes d'experts de Rexel conseillent les cabinets d'ingénierie pour les grands projets d'infrastructures

et du e-commerce. La proximité client se traduit à travers ces canaux différents, où le relationnel reste au cœur du métier. Nous repensons également notre organisation logistique pour nous adapter toujours mieux à la demande avec par exemple des services de mise à disposition sur mesure et la gestion des stocks clients.

Quelle sera votre politique en matière d'acquisition pour accompagner cette évolution ?

Avec comme objectif de poursuivre sa stratégie de croissance externe, Rexel dispose d'une enveloppe de 200 millions d'euros pour réaliser des acquisitions ciblées. Pour cela, trois axes seront prioritaires : le développement dans les pays émergents, comme en Asie, en Inde ou en Amérique latine où les perspectives de croissance sont fortes, le renforcement du leadership régional en intensifiant la présence du Groupe dans certains pays développés et l'investissement dans des entreprises permettant au Groupe de compléter son expertise, notamment en matière de services.

Comment avez-vous mobilisé les équipes de Rexel sur ces évolutions qui sont autant de nouveaux défis ?

Rexel fonde son développement sur une forte culture entrepreneuriale. Dans chaque pays, les équipes ont réagi à la crise en mettant en œuvre les réorganisations nécessaires pour s'adapter aux nouveaux contextes d'activité. Je voudrais saluer les efforts de tous qui ont permis de maintenir un très bon niveau de performance.



Rénovation du *San Francisco Bay Bridge* en Californie aux États-Unis

** CRM : solutions applicatives de gestion de la relation client.

Le talent commercial et l'expertise technique de nos équipes constituent les premiers atouts d'une entreprise de service. C'est pourquoi Rexel, dans tous les pays, déploie des programmes de formation et de développement, pour permettre à ses collaborateurs (plus d'un sur deux en 2009), de s'adapter et d'acquérir de nouvelles compétences, notamment dans les métiers liés à l'efficacité énergétique et aux nouvelles énergies.

Quel enjeu, la protection de l'environnement représente-t-elle pour un distributeur comme Rexel ?

En tant que leader de la distribution de solutions électriques, nous assumons une double responsabilité environnementale : au travers des solutions que nous commercialisons, mais également par notre engagement environnemental dans les activités quotidiennes de l'entreprise. Tout d'abord, Rexel joue un rôle de prescripteur de plus en plus actif dans la diffusion et l'utilisation de solutions électriques éco-responsables. Pour cela nous conseillons et formons nos clients pour les sensibiliser et les aider dans l'adoption de ces technologies électriques performantes. Dans l'exercice de notre activité, nous progressons également pour limiter au maximum notre impact sur l'environnement. Cela nous impose notamment de rationaliser notre logistique et nos consommations, ainsi que l'utilisation des matières premières notamment les emballages et évidemment la consommation d'énergie. À cet effet, de nouvelles actions de mesure et d'économie ont été mises en œuvre en 2009.



Participation à la construction de nombreuses infrastructures pour les Jeux Olympiques de Vancouver au Canada



Nous allons concentrer nos efforts dans trois secteurs en particulier : l'efficacité énergétique, les énergies renouvelables et les grands projets d'infrastructure.



Quelles sont vos priorités à moyen terme ?

Les efforts les plus importants d'adaptation à la contraction de nos marchés ont été réalisés ces deux dernières années. Avec la mise en œuvre de mesures de réduction des coûts, mais surtout d'optimisation de notre plateforme pour être prêts à bénéficier de la reprise et accélérer le développement des segments porteurs. En 2010, nous continuerons d'incarner notre rôle de distributeur référent. Pour poursuivre cette ambition, nous devons avant tout continuer d'améliorer notre rentabilité et dégager un flux régulier d'autofinancement. Tout en faisant progresser notre modèle vers une efficacité opérationnelle et des modalités transactionnelles plus performantes, nous allons concentrer nos efforts dans des secteurs qui recèlent de solides opportunités de croissance, dont trois segments en particulier : l'efficacité énergétique, les énergies renouvelables et les grands projets d'infrastructure. Rexel a déjà mis en place et structuré des équipes dédiées pour relever ces défis.

Notre leadership et la forte proximité avec nos clients, deux atouts forts de notre Groupe, nous placent aujourd'hui en bonne position pour profiter des opportunités de croissance dans le domaine de la distribution des solutions et des services énergétiques.



Conception et fourniture de la solution photovoltaïque du Lycée Kyoto de Poitiers en France

Initiatives en action ✦ Faire progresser le monde électrique



Initiative ✦1
en action
Grands projets
page 10

Initiative ✦2
en action
Pôles
d'expertise
page 13

Initiative ✦3
en action
E-commerce
page 16

Initiative ✦4
en action
Efficacité
énergétique
page 18

Initiative ✦5
en action
Éclairage
basse
consommation
page 21

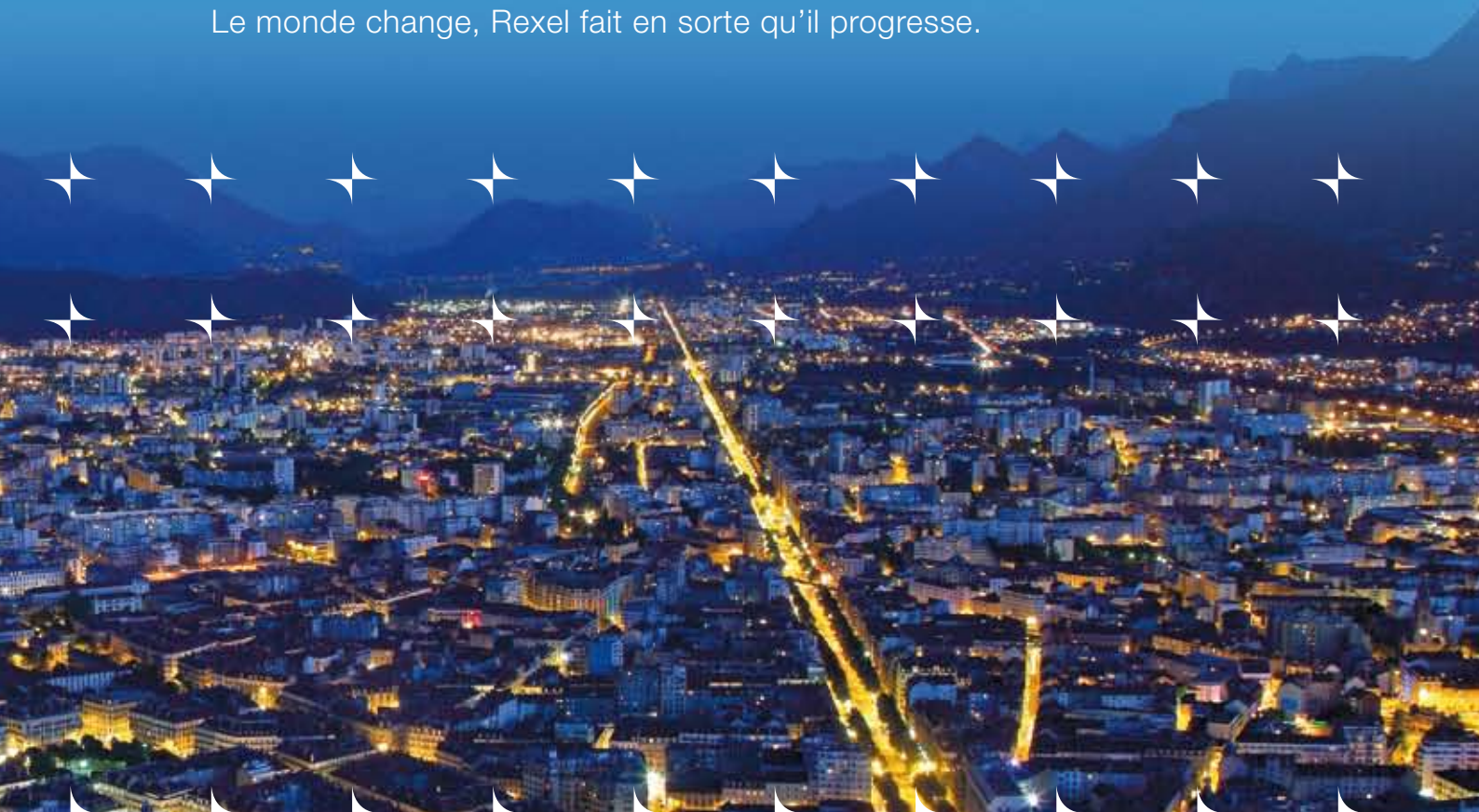
Le monde change.

Chaque jour la société humaine se fait plus riche et plus complexe. Chaque jour de nouvelles constructions jaillissent du sol. Des usines, des hôpitaux, des habitations se connectent au réseau électrique. Chaque jour des milliers d'équipements sont installés, rénovés, remplacés. Des industriels innovent pour proposer du matériel plus performant. Chaque jour des millions de personnes s'interrogent sur la qualité et la performance des produits existants.

Rexel connecte les solutions aux besoins. Leader mondial de la distribution de matériel électrique, Rexel innove pour accompagner les artisans, installateurs, collectivités et industriels : suivi des grands projets, nouveaux modes de vente et de distribution...

En proximité avec tous les acteurs du monde électrique, Rexel dispose d'une expertise unique qui permet d'apporter à ses clients les solutions adaptées, notamment dans le domaine de la performance énergétique, ou des énergies renouvelables. Groupe international, Rexel diffuse le progrès électrique sur tous les continents, dans le respect de l'environnement.

Le monde change, Rexel fait en sorte qu'il progresse.



Initiative ✦6
en action
Utilisateur final
page 24

Initiative ✦7
en action
Pays émergents
page 26

Initiative ✦8
en action
Énergies renouvelables
page 29

Initiative ✦9
en action
Développement durable
page 33

Initiative ✦10
en action
Responsabilité sociale
page 36

Le marché mondial des grands projets d'infrastructures est en pleine croissance. On estime qu'il atteindra 14 trillions* de dollars à horizon 2016. Mais construire une plateforme pétrolière en pleine mer ou un hôpital à la pointe de la technologie est une opération complexe, coûteuse et qui nécessite à chaque étape une expertise forte en matière d'approvisionnement de matériel électrique. Un défi que le distributeur professionnel relève avec ses partenaires dans une approche de service global, apportant sa logistique et ses services spécialisés.

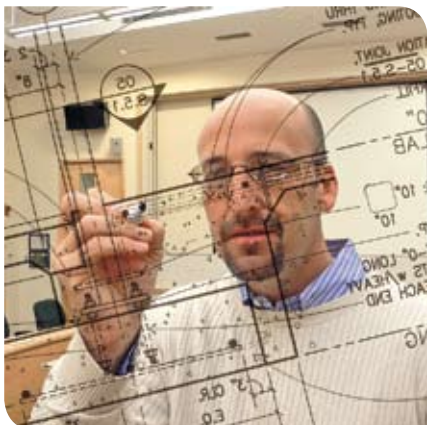
Initiative ✦ 1 en action

Grands projets



* *Milliards de milliards. Source : Global Insight (2008)*

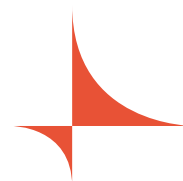
Les 4 “domaines d’excellence” de Rexel en matière de grands projets



- Installations pétrolières et minières
- Infrastructures routières : tunnels, ponts...
- Grands équipements publics : hôpitaux, écoles, stades...
- Tertiaire commercial : centres commerciaux, bureaux...

Nos clients

- Les cabinets d’ingénierie ou EPCs*
- Les grands installateurs
- Les grands comptes industriels (constructeurs, mines, pétrochimie)



Les 6 défis d’un grand projet

S’engager sur la durée (1 à 5 ans)

Respecter les délais (enjeux financiers)

Gérer les aléas (techniques, climatiques...)

Maîtriser les coûts (des chantiers d’un coût total de plus d’un milliard d’euros)

Éviter les ruptures de charge

Assurer la coordination globale du projet (différents pays, différents sites de décision et d’opération)

Accompagner les grands projets d’infrastructures avec une organisation adaptable et solide

S’organiser pour relever les défis

Construire une grande infrastructure est toujours une aventure faite d’imprévus et de challenges à relever, nécessitant une formidable organisation en amont. Rexel s’est imposé sur ce marché porteur grâce à son organisation internationale et la qualité de ses équipes sur le terrain. Mais comment mobilise-t-on les compétences nécessaires pour accompagner un acteur de la pétrochimie à Singapour ou moderniser un complexe minier à 3 200 mètres d’altitude dans la cordillère des Andes ? Pour cela, Rexel constitue des équipes -projets spécialisées pour chaque type de marché et met en réseau ses compétences internationales, de l’appel d’offres à la gestion sur le chantier. Un projet

d’infrastructure pétrolière peut être étudié par le centre d’expertise de Houston, suivi par des équipes commerciales à Londres et traité par Rexel en France, pour un déploiement... en Afrique. Cette souplesse d’organisation et la proximité avec le client à chaque étape du projet sont les clés de la réussite.

Garantir le “juste à temps” : des solutions sur mesure

La maîtrise des grands projets, c’est aussi la mise en œuvre d’une logistique sur mesure, adaptée à chaque phase des travaux. Qu’une seule pièce vienne à manquer et c’est tout le chantier qui peut s’arrêter, avec des conséquences financières importantes. Au-delà du simple

coût de la pièce, c’est la garantie de sa disponibilité “juste à temps” qui est essentielle. Pour cela, Rexel conçoit de nouvelles solutions : une agence dédiée sur site, un dispositif d’approvisionnement spécifique, etc. Avec, à chaque fois, la capacité à s’intégrer dans le flux de production. Proposer une solution globale c’est pouvoir prendre en charge la gestion du stock client pour optimiser les approvisionnements et diminuer les immobilisations. C’est réaliser des kits de pièces détachées prêts à l’installation, pour économiser le temps de montage. C’est également anticiper, optimiser et assurer en temps réel le suivi des budgets de commande. Des indicateurs indispensables au client, pour piloter au quotidien ses besoins et réduire ses coûts. (...)

* EPCs : Engineering Procurement and Construction companies (cabinets d’ingénierie, comme Bechtel, Fluor, Technip, Shaw...).



Une mine à 3 200 mètres d'altitude

3 questions à Eric Packer

Directeur Général de Rexel IPG

En quoi consistent les activités minières de Rexel IPG au Chili ?

Le Chili est le plus grand producteur de cuivre de la planète. Il détient environ 37 % des réserves mondiales. Parmi les principales exploitations de cuivre de ce pays : une mine à ciel ouvert à 3 200 mètres d'altitude dans la Cordillère des Andes et un site d'exploitation et de traitement à 30 km de Santiago. Rexel IPG et Rexel Chili fournissent le matériel électrique des installations de cette mine. Un projet de plus de 10 millions de dollars sur deux ans.

Le pilotage de ce grand projet est à la fois local et international ?

Effectivement. La nouvelle structure dédiée aux grands projets (Rexel IPG) s'occupe du sourcing dans les pays à bas coûts, assure un suivi client grâce à l'équipe commerciale et d'ingénierie Grands Projets aux USA, coordonne les opérations d'approvisionnement en

Amérique du Nord (réseaux Westburne et Gexpro) pour les équipements complexes et s'associe au travail quotidien des équipes chiliennes de Rexel sur le terrain.

Comment acheminer une telle quantité de matériel dans une région si reculée ?

Rexel Chili a installé des centres logistiques sur les deux sites. Ces structures servent d'agence et de lieu de stockage. Cinq employés Rexel travaillent et se relaient en permanence sur place. Le matériel électrique courant est disponible 24 h/24. Les autres produits peuvent être livrés à J+1 depuis le centre logistique Rexel de Santiago. Une vraie performance quand on connaît les difficultés pour transporter et stocker du matériel à 3 200 mètres d'altitude ! Rexel propose également des services associés comme la gestion du stock client grâce au logiciel OASIS. Bref, malgré les conditions de travail difficiles, nous faisons tout pour que les installations tiennent la cadence d'exploitation, 7 j sur 7... !

IPG : une structure internationale dédiée

En 2009, Rexel a conforté ses positions sur le marché des grands projets, poursuivi la spécialisation de ses équipes et renforcé ses partenariats avec les EPCs*, acteurs majeurs du secteur. L'actualité dominante a été la création d'une structure internationale dédiée aux grands projets :

Rexel IPG (International Project Group), s'appuyant sur l'expertise de sa filiale américaine, Gexpro. Une direction basée aux États-Unis, et une couverture internationale. Pétrochimie, mines, process industriels, chaque secteur d'activité dispose d'un réseau d'experts capable d'intervenir sur site, de la phase d'étude et d'ingénierie à la fourniture finale des équipements.

**INTERNATIONAL
PROJECTS
GROUP**
EMPOWERED BY REXEL

* EPCs : Engineering Procurement and Construction companies (cabinets d'ingénierie, comme Bechtel, Fluor, Technip, Shaw...).

La force d'un distributeur généraliste c'est d'être l'interlocuteur unique du client, proposant au sein d'une même structure tous les produits et les services associés. Mais les besoins des professionnels évoluent. Ils étaient jusqu'ici relativement homogènes, organisés par grands marchés géographiques. Avec des clients comme les administrations, les cabinets d'ingénierie ou certains grands comptes industriels, le distributeur doit répondre à des demandes de plus en plus spécifiques, en termes d'expertise technique, de services, de délais et de normes.

Initiative ✦ 2 en action

Pôles d'expertise

Spécialiser notre approche métier par pôle de compétence





Australie : Inaco et la sécurité industrielle

La sécurité des salariés et des installations est une préoccupation croissante des industriels. Pour répondre à cette demande, Inaco met en œuvre un pôle d'expertise dédié. Ses consultants proposent une large gamme de produits et de services :

audits des risques liés aux machines, systèmes d'automatismes et de contrôle, formations... En 2009, cette activité a représenté 8 % du chiffre d'affaires d'Inaco qui compte notamment parmi ses clients deux entreprises bien connues : le brasseur Foster's Beer Brewery et Royal Australian Mint, l'institution qui frappe la monnaie australienne.

Du généraliste au multi-spécialiste

La demande du marché fait évoluer le modèle historique du distributeur généraliste. Pour répondre aux exigences croissantes des clients, maîtriser la technicité des nouvelles solutions (produits verts, domotique...), le distributeur généraliste doit accroître ses compétences de spécialités. Répondre à un appel d'offres public, approvisionner un terminal gazier, vendre un panneau photovoltaïque à un artisan, ça ne semble pas être le même métier : pourtant dans ces trois cas, c'est bien celui de Rexel... Pour ses clients, Rexel est devenu un "multi-spécialiste" de la distribution de matériel électrique.

Coller aux attentes du client

Être efficace, c'est adopter la culture de l'autre, connaître ses process, de la définition des besoins jusqu'à la mise à disposition des produits. Les enjeux ne sont pas les mêmes pour une entreprise agroalimentaire ou une compagnie en charge de réseaux ferroviaires. Pour la première, la problématique d'hygiène

et de traçabilité est essentielle. Pour la seconde, c'est la continuité de service et la sécurité des agents qui va primer. C'est sur ce constat d'adéquation nécessaire avec le client que Rexel a bâti la notion de "pôle d'expertise". Une spécialisation tournée à la fois vers un marché en croissance et un type de client, et qui permet à Rexel de proposer une offre de produits et de services cohérente et adaptée.

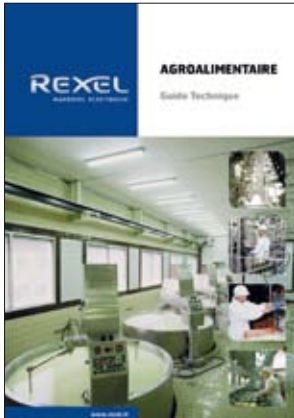
Cibler les opportunités de marché

Transversaux, basés sur des opportunités de business, de nombreux pôles de spécialités ont vu le jour en 2008-2009 chez Rexel. Des experts par domaines ont été recrutés ou formés. Interlocuteurs privilégiés des clients, ils sont aussi les référents pour l'ensemble des forces commerciales du Groupe. En France, une équipe spécialisée en solutions d'efficacité énergétique a été déployée au sein des régions. Au Royaume-Uni, un département regroupant quatre enseignes de Rexel UK a été créé pour travailler sur le marché spécifique du rail britannique (*voir interview*). Le résultat est spectaculaire :

le chiffre d'affaires lié à l'activité ferroviaire dans ce pays a doublé entre 2008 et 2009.

Capitaliser sur le savoir-faire des enseignes

Capitalisant sur les expériences spécifiques de certaines enseignes du Groupe, comme Gexpro Services dans le domaine éolien ou Capitol Light sur le marché de l'éclairage des magasins, Rexel a renforcé en 2009 des axes de spécialisation. En Australie, Inaco propose une activité dédiée à la sécurité industrielle. Aux Pays-Bas, c'est toute l'organisation de Rexel qui a été revue pour s'adapter à la typologie de client. Désormais, 3 enseignes, Rexel, Hagemeyer Nederland et Onexis s'adressent respectivement aux artisans et PME, aux installateurs, moyens et grands, ainsi qu'aux industriels. D'un système de réseaux généralistes, on est passé à un modèle d'enseignes complémentaires et spécialisées, pour plus de proximité et d'efficacité. Renforcer son expertise tout en demeurant un distributeur généraliste constitue plus que jamais un enjeu capital pour le groupe Rexel et ses enseignes dans les années à venir.



France : l'expertise agro-alimentaire

Éclairage d'un entrepôt frigorifique, sécurité sanitaire, traçabilité de la chaîne de conditionnement : le secteur agro-alimentaire impose des normes strictes et des process rigoureux. Pour cette industrie, Rexel France a développé une expertise spécifique. Une équipe de technico-commerciaux dédiés propose aux industriels une offre de produits et des services adaptés à cet environnement très encadré.



Infrastructures ferroviaires : un marché en plein développement

3 questions à John Hogan

Directeur général de Newey & Eyre au Royaume-Uni

Qui sont les commanditaires des projets au Royaume-Uni ?

Il y a trois grands types de donneurs d'ordre. Le principal est le Gouvernement Britannique et ses offices régionaux. *Network Rail*, le gestionnaire d'infrastructure ferroviaire, est le partenaire le plus actif. En effet, il va réaliser des évolutions majeures sur le réseau dans les années à venir. Enfin, nous travaillons avec *London Underground*, l'opérateur du métro londonien, qui met en œuvre un grand programme de modernisation.

Quelles sont les caractéristiques de ce marché ?

La qualité de service est essentielle. Le respect des délais notamment constitue une priorité. Les plannings doivent être impérativement respectés, car les donneurs

d'ordre travaillent avec des délais très serrés. Les produits sont aussi très réglementés, soumis à un cahier des charges strict. Au-delà de ces aspects métiers, la dimension de sécurité des personnels est une donnée qu'il faut également prendre en compte en permanence.

Quelles sont les perspectives de développement ?

Les opérations de mise aux normes, modernisation et maintenance des infrastructures représenteront, au Royaume-Uni, un marché de 60 milliards de livres sterling pour les 5 ans à venir. Pour Rexel, l'accent est mis particulièrement sur les équipements électriques et de sécurité. Grâce à notre engagement fort sur ce marché et notre expertise, nous sommes déterminés à être le leader dans le secteur des infrastructures ferroviaires britanniques.

L'accès instantané à l'information, aux biens et aux services modifie les attentes du client. Avec les nouveaux outils interactifs, il doit pouvoir commander un dimanche soir, consulter la disponibilité d'un produit, récupérer un colis à l'heure de son choix. Il doit aussi être mieux connu et conseillé. Un défi pour le distributeur de matériel électrique qui doit faire évoluer ses outils et sa façon de travailler.

Initiative ✦ 3 en action

E-commerce



Lecteur de code à barres pour étiquettes produits et catalogues

Notre vision du e-commerce : plus d'efficacité et plus de proximité

Anticiper les attentes

Les artisans électriciens et les PME utilisent désormais les nouvelles technologies au quotidien. Dans un métier de terrain, les outils interactifs ont longtemps été perçus comme un frein, un intermédiaire inutile. Cette conversion est devenue au fil du temps une évidence... Le temps est précieux, les solutions plus techniques, le contact direct moins fréquent. Le client dispose désormais d'outils informatiques performants. Il souhaite communiquer et travailler à distance, tout en restant en contact en permanence. Qu'il gère son stock par EDI¹ ou achète un tableau élec-

trique via un site de commerce électronique, il privilégie cette nouvelle proximité synonyme d'efficacité.

Des sites marchands de nouvelle génération

Précurseur et à l'écoute du marché, Rexel améliore la qualité de ses services online et informatisés : commandes 24/7 sur ses sites marchands, places de marchés et catalogues électroniques sur mesure, cartes d'achat personnalisées et mise à disposition des produits la nuit par sas sécurisé... autant de possibilités qui ont simplifié les process et diminué les coûts d'approvisionnement.



BOSS, l'outil de CRM de Rexel France

En France, Rexel a développé Boss, un outil de CRM³ spécifique. Ce logiciel permet aux 800 commerciaux itinérants, via leur portable et une carte 3G, de gérer en temps réel leur portefeuille client, l'historique des ventes et les comptes-rendus de visites. Ils sont ainsi plus précis dans leur diagnostic et leur recommandation.

Nouveau site marchand de Newey & Eyre



Les cartes d'achat : simplicité, sécurité, efficacité

Nominatives, elles confèrent à chaque client des conditions commerciales spécifiques. L'installateur muni de sa carte peut commander en agence ou par téléphone, sans bon de commande et en toute sécurité, avec un plafond d'achat pré-négocié. L'administrateur grand compte gère lui-même par internet les accréditations et les autorisations d'achat de ses collaborateurs.



Rexel développe des sites de e-commerce de nouvelle génération, avec une meilleure ergonomie, un moteur de recherche plus puissant, une largeur de gamme étoffée. Lorsque le client se documente sur un produit, vérifie sa disponibilité ou le commande sur Internet, il dispose d'une palette d'informations plus large pour affiner son choix. En 2009, Rexel a mis au point une plateforme électronique qui propose des fonctionnalités avancées : traçabilité des opérations, offres e-marketing ciblées et cross-selling². En 2010, les sites marchands de cette nouvelle plateforme seront déployés progressivement en Australie, au Royaume-Uni, en Suède, au Canada, aux Pays-Bas et en Autriche.

Nouvel outil de CRM

Si le distributeur de matériel électrique est chaque jour plus pertinent dans son offre, c'est qu'il se donne les moyens de mieux connaître le client : son profil, technique ou administratif, ce qu'il achète, les services qu'il apprécie et les équipements dont il pourrait avoir besoin. Autant d'informations précieuses pour mieux le servir, et anticiper ses attentes. En 2009, Rexel a choisi d'aller plus loin dans la gestion de la relation client. En France par exemple, Rexel a développé Boss, un outil de CRM³ spécifique (voir encadré).

Objectif : 15 à 20 % de croissance annuelle

Nouvel outil de CRM, nouveau système de e-commerce : Rexel améliore constamment la qualité du lien avec le client en renforçant son "sur-mesure" commercial et marketing. Désormais, la proximité s'exprime également online et à distance... Considéré par Rexel comme un axe de développement stratégique, le e-commerce, qui représente 9 % du chiffre d'affaires du Groupe, va faire l'objet de développements renforcés. Rexel table sur une croissance annuelle de 15 à 20 % dans ce domaine, pour les années à venir.

1 Échange de Données Informatisées : systèmes informatiques mis en place avec les grandes entreprises.

2 Proposition de produits complémentaires adaptés.

3 Customer Relationship Management = gestion de la relation client.

Prix de l'énergie, évolution des normes, incitation fiscale, bilan carbone des produits : l'efficacité énergétique est désormais la préoccupation des entreprises en matière d'équipement électrique. Les solutions existent, le client est sensibilisé aux opportunités d'économie et aux enjeux écologiques : reste à le convaincre et à proposer la solution adaptée à chaque cas.

Initiative ✦ 4 en action

Efficacité énergétique



Proposer des solutions performantes et rentables

Identifier les axes de progrès

Le constat est unanime : les installations électriques actuelles sont souvent vétustes, inadaptées et énergivores. Dans la maison, les lampes à incandescence et les convecteurs électriques "ancienne génération" sont encore légion. Sans parler des locaux collectifs chauffés ou éclairés en toutes circonstances ou des moteurs électriques industriels mal régulés qui consomment en pure perte la moitié de leur énergie. Pourtant une piste simple existe pour limiter ces gaspillages : d'après les experts, remplacer les installations électriques actuelles par des équipements "éco-performants" permettrait de réduire instantanément la consommation d'énergie de 25 %...

Une stratégie d'économie de coûts de long terme

Parce qu'il est convaincu du bénéfice de l'efficacité énergétique pour ses clients et pour l'environnement, Rexel soutient une ambition : la modernisation rentable et responsable du parc d'équipements électriques. Pour cela, le Groupe sélectionne avec les fabricants les solutions les plus performantes et contribue activement à leur diffusion.

Mais face à cet objectif de performance énergétique plus d'un utilisateur hésite encore, car l'investissement initial peut paraître cher (par exemple, une lampe basse consommation coûte 3 à 5 fois le prix d'une source traditionnelle). Le

prix d'achat n'est pas le seul paramètre à considérer. La forte diminution de la facture énergétique et des frais de maintenance, ainsi que les aides gouvernementales sont des arguments décisifs. Autant d'alliés dans la stratégie du changement qui, au final, font de ces nouveaux équipements électriques un investissement particulièrement rentable, au-delà du seul bénéfice pour l'environnement.

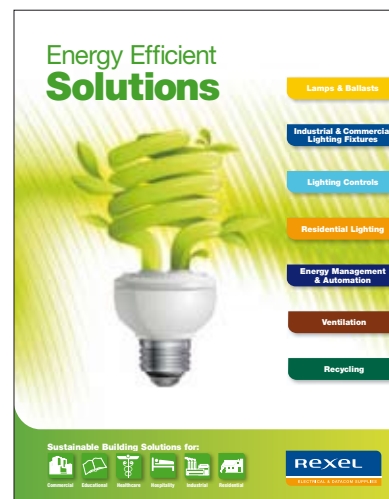
Rexel, par son rôle de conseil, démontre que l'"éco-performance" peut réduire les coûts. Sur le terrain, auprès des installateurs et des industriels, ses experts proposent des audits énergétiques, des simulations et des plans de financement. En quelques années, le Groupe est devenu un prescripteur efficace de



Industrie : 30 % à 60 % d'économie sur un moteur

Pour illustrer le potentiel d'économie, un exemple éloquent : un variateur

de vitesse équipant un moteur moderne à haut rendement peut réduire la consommation d'électricité de l'équipement de 30 à 60 % ! Quand on sait que les moteurs électriques représentent à eux seuls 70 % de la consommation électrique de l'industrie, on mesure mieux l'enjeu pour l'entreprise. À cet effet, Rexel propose des solutions complètes de motorisation, de régulation et de compensation d'énergie réactive pour les industriels et le marché tertiaire.



Rexel USA : une nouvelle offre éco-énergétique

La 1^{re} puissance économique mondiale est souvent stigmatisée pour son mode d'activité peu économe en énergie. En juin 2009, Rexel Inc. a choisi d'éditer un "Guide sur les solutions d'efficacité énergétique". Vingt-cinq spécialistes "maison" s'appuient sur ce Guide pour identifier la solution la plus adaptée à leurs clients industriels et tertiaires : celle qui offre notamment le meilleur retour sur investissement. Une démarche amorcée dès 2006, avec le lancement du site Internet www.value-of-light.com, et portée par l'*Energy Act*, une réglementation fédérale qui incite les acteurs économiques et industriels aux économies d'énergie.



Vers des bâtiments à énergie positive

Le cap est fixé. Dans 10 ans, tous les bâtiments construits en Europe devront être à très

haute efficacité énergétique. Rexel propose désormais une large gamme d'équipements pour maîtriser les consommations et produire des énergies renouvelables : pompes à chaleur, panneaux photovoltaïques, chauffe-eau solaires, lampes fluocompactes, systèmes domotiques... L'objectif à terme est de concevoir des bâtiments qui produiront plus d'énergie qu'ils n'en consomment.



ce type de solutions et prouve que les investissements d'aujourd'hui sont les économies de demain.

Levier d'action et d'optimisation

Si l'installation d'un nouvel équipement moins "énergivore" est déterminante, il existe d'autres leviers d'action. Réguler et automatiser les installations déjà existantes. Mais aussi, améliorer le comportement de l'utilisateur. Par la somme

de ses comportements individuels, cet utilisateur est un acteur quotidien de la performance énergétique. Il convient de l'informer et de le responsabiliser sur sa consommation. Rexel propose des outils de mesure et d'analyse qui vont permettre au gestionnaire d'énergie du bâtiment, professionnel ou particulier, d'optimiser les consommations en pilotant plus finement, et sur la durée, la température, l'éclairage et le rendement des machines.

Autant d'actions qui participent également à l'efficacité énergétique.

En 2009, Rexel a créé une équipe projet internationale dédiée aux produits d'efficacité énergétique et aux énergies renouvelables : une *Green Team*, composée des meilleurs experts de nombreux pays où Rexel est implanté. L'occasion d'échanger les bonnes pratiques, de mutualiser les stratégies commerciales et de penser "l'offre verte" de demain.

Les solutions d'efficacité énergétique

Rexel sélectionne, conseille et commercialise toutes les solutions d'efficacité énergétique pour le marché résidentiel, tertiaire et industriel.

- équipements basse consommation
- systèmes d'automatisme et de régulation
- dispositifs de surveillance et d'optimisation

Eau chaude sanitaire

Chauffe-eau solaire

Électroménager

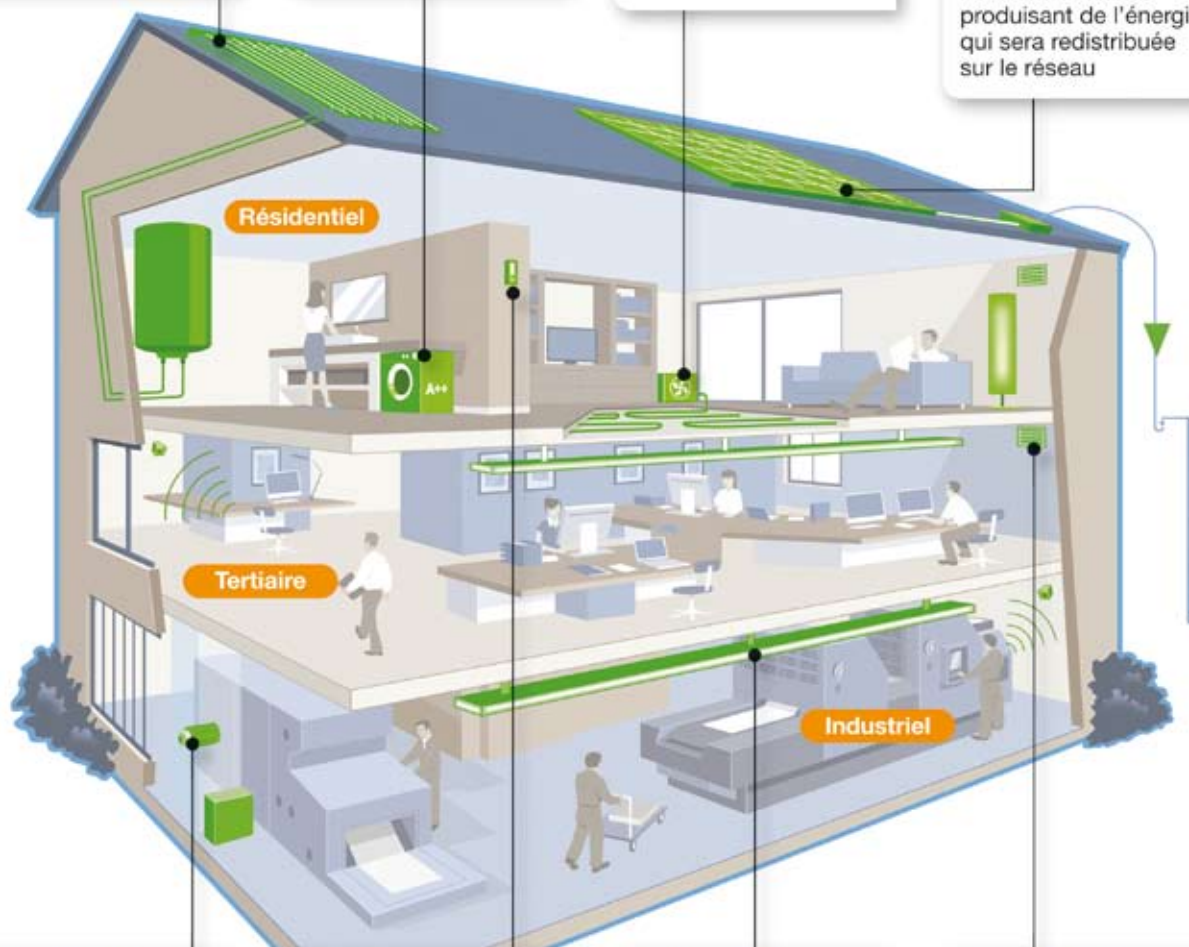
Appareil de classe énergétique A ++

Chauffage

Pompe à chaleur, plancher chauffant et ventilation double flux

Solution photovoltaïque de toiture

Panneaux solaires produisant de l'énergie qui sera redistribuée sur le réseau



Moteurs à haut rendement

Avec variateur de vitesse permet de moduler la consommation en fonction des besoins

Batterie de condensateur

Pour compenser l'énergie réactive

Solution domotique

Pilotage et gestion des équipements de la maison : chauffage, volets roulants, éclairage, système de sécurité

Éclairage

Lampes basse consommation et

Détecteurs de présence et de luminosité

permettant de moduler l'intensité d'éclairage

Ventilation

Ventilation Mécanique Contrôlée (VMC) et

Climatisation

Commande à variateur de vitesse

Dans les années à venir et du fait des nouvelles réglementations, 20 milliards d'ampoules dans le monde devront être remplacées. Estimé à 140 milliards de dollars pour la seule année 2010*, ce marché représente des opportunités gigantesques pour toute la filière : fabricant, installateur et distributeur de matériel électrique. Il ne tient qu'à eux de relever le défi de l'éclairage durable et économe de demain...

Initiative ✦ 5 en action

Éclairage basse consommation

Améliorer la qualité et l'éco-efficacité des sources lumineuses



* Source : Global Industry Analyst Inc.



Rexel se concentre sur 4 segments du marché tertiaire

Hôtels : éclairage permanent des parties communes

Commerces : mise en valeur des produits et des espaces

Éclairage public et parkings : économie, sécurité, régularité du trafic

Hôpitaux : sécurité, normes techniques



Des offres commerciales conçues en partenariat avec de grandes marques d'éclairage

Révolution lumineuse

Qu'est ce qui gaspille 95 % de son énergie en chaleur et doit être remplacée seulement au bout de quelques mois d'utilisation intensive ? Réponse : une ampoule à incandescence... Aussi incroyable que cela puisse paraître, on n'aura rien trouvé de plus efficace au XX^e siècle pour s'éclairer... Cette époque est révolue. Les éclairages basse consommation ont fait leur apparition et les vieilles ampoules vivent leurs dernières heures. Celles de 100 watts ont été interdites à la vente en Europe en 2009, les autres vont suivre d'ici 2012. Une petite révolution qui bouscule le marché de l'éclairage.

Réduire les gaspillages

Au-delà de la réglementation, l'intérêt pour le client est direct. Tout en diffusant la même quantité de lumière qu'une ampoule classique, une source basse consommation dure en moyenne 6 fois plus longtemps et consomme 5 fois moins d'électricité. Même si le prix d'acquisition est plus onéreux, l'investissement est rentable dès la première année. Et la bonne gestion de l'éclairage ne se

limite pas au changement des sources. Un détecteur de présence couplé à un variateur d'intensité peut réduire de moitié la consommation d'un local faiblement occupé. Tous les secteurs sont concernés : dans le bâtiment non-résidentiel, par exemple, l'installation de systèmes d'éclairage modernes et performants génère jusqu'à 70 % d'économie d'énergie.

Expertise en éclairage

Acteur direct de cette révolution lumineuse, Rexel informe et conseille la solution la plus adaptée. Un investissement technique et financier guidé par une "expertise en éclairage" : audit de l'existant, recommandation technique, calcul du retour sur investissement, maintenance, formation, veille technologique...

Une veille d'autant plus importante que le marché évolue vite : on pronostique déjà que les LED constitueront une grande partie des sources d'éclairage de demain. Ces diodes électroluminescentes ne consomment presque rien, durent encore dix fois plus longtemps et peuvent varier à l'infini en couleurs et en intensité.

Du suivi opérationnel à la création d'un "univers" lumineux

De l'offre produit au suivi opérationnel, Rexel joue son rôle d'expert dans le monde entier en partenariat avec les grands fabricants. En 2009, Capitol Light, filiale de Rexel USA spécialisée dans l'éclairage commercial, a apporté son conseil et participé au renouvellement de l'éclairage des 1 000 magasins d'une grande enseigne de vêtements en moins de 13 semaines !

Enfin, parce que les espaces éclairés sont avant tout des lieux de vie, de détente ou de travail, le confort et l'esthétique sont indissociables de l'efficacité. Rexel travaille avec des architectes et des designers et propose des ambiances chaleureuses et conviviales. En 2009, en Nouvelle-Zélande, Rexel a développé une activité *Lighting by Design* pour l'industrie et le tertiaire. Rexel Italie a ouvert à Rome son second *Lighting Laboratori*, un showroom qui permet aux visiteurs de simuler une infinité d'ambiances lumineuses avec les sources d'éclairage de dernière génération.



Les diodes électroluminescentes ou LED

Un marché très prometteur pour Rexel dans les années à venir



Rénovation de l'éclairage : un marché en forte croissance au Royaume-Uni

3 questions à Laurence Dowding

Directeur de l'activité éclairage - WF (Rexel UK)

En 2009, vous êtes intervenu sur le centre commercial West Quay de Southampton...

Nous avons participé à une opération de rénovation de grande ampleur, notamment sur l'éclairage d'un parking multi-étage. Nous avons fourni des sources lumineuses basse consommation et des capteurs de présence. Ils réduisent la durée et le niveau d'éclairage au "juste nécessaire". 7 000 luminaires ont été installés en 8 mois.

Quel est le retour sur investissement pour le client ?

C'est bien simple : le projet a coûté 390 000 euros. Dès la première année, le client a réalisé 280 000 euros d'économies sur sa facture d'électricité. En moins de deux ans, il sera donc intégralement rentré dans ses frais et améliore significativement son empreinte carbone.

Quels sont les autres développements en matière d'éclairage au Royaume-Uni ?

Grâce à l'intervention de WF, l'entreprise Burger King a réduit de 50 % la consommation d'éclairage de son siège social. Porté par les économies d'énergie, le secteur de l'éclairage est en forte croissance au Royaume-Uni. En 2009, WF a réalisé un quart de ses ventes grâce à cette seule activité. En octobre dernier, encouragé par ces bons résultats nous avons constitué avec *Senate* (une autre enseigne du groupe Rexel) une toute nouvelle équipe *Lighting* spécialisée – *Rexel Lighting Design and Solutions* –, au sein de laquelle nous avons mutualisé les savoir-faire.

Dans les PME, les industries et les collectivités, de nombreuses opportunités d'amélioration des équipements électriques ne sont pas mises en œuvre faute d'une démarche commerciale appropriée. Identifier cette demande et y adosser une expertise technique permet de proposer à l'utilisateur final une source d'économie et d'efficacité substantielle... Parce qu'il possède une expertise technique et commerciale complémentaire à celle de l'installateur, le distributeur de matériel électrique est un acteur clé, capable de convaincre et d'accompagner le client final dans sa décision d'achat.

Initiative ✦ 6 en action

Utilisateur final



Renforcer notre action commerciale auprès de l'utilisateur final

Stimuler la décision d'achat

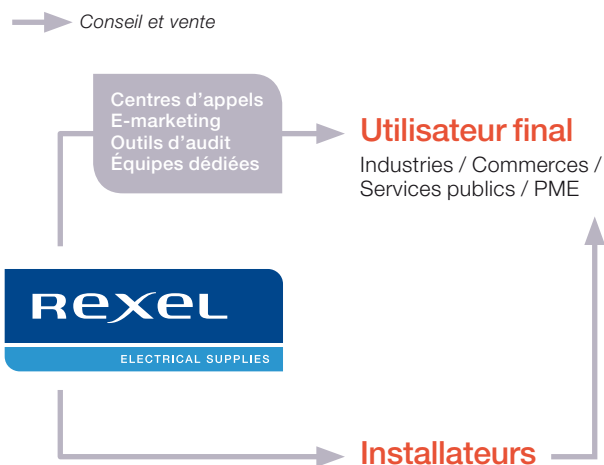
“Vous dépensez en climatisation 100 000 euros d'électricité chaque année ? En installant dans vos locaux des équipements basse consommation, vous pourriez économiser cette somme en moins de trois ans...” Lorsqu'il appelle un prospect, Rexel parle chiffres et terrain. Rexel vend des économies d'énergies et le revendique. Parce qu'il dispose du savoir-faire commercial, Rexel est bien placé pour orienter les clients de ses installateurs vers des solutions d'éclairage

bénéfiques pour l'environnement et pour leur budget de fonctionnement. Pour Rexel, les opportunités de marché sont avant tout des occasions à saisir par le client.

“Juste besoin” et puissance logistique

Si Rexel n'installe pas de matériel, il est en revanche très bien placé pour le recommander. Dans le domaine de l'efficacité énergétique, il est plus difficile pour l'installateur de convaincre son client d'acheter un équipement sophis-

tiqué, souvent plus cher, qui lui permettra pourtant de faire des économies substantielles sur sa facture d'électricité. Rexel possède l'expertise technique, la capacité à définir le juste besoin, la puissance logistique. Il propose des solutions de financement clés en main. Il sait aussi faire le premier pas vers le client pour l'informer. Pour cela, Rexel a mis en place des dispositifs commerciaux performants, pour convaincre l'utilisateur final (PME, industriels, services publics...), de l'intérêt pratique et financier d'un achat pertinent de matériel électrique.



Rexel Pays-Bas : Opération "Switch to Green"



Au Pays-Bas, Rexel a mis en place, en partenariat avec les fabricants et les installateurs, une opération commerciale originale pour conseiller et vendre des solutions d'économie d'énergie aux clients du secteur tertiaire (hôtels, écoles, centres de loisirs). Avec cette action transversale "packagée" (force commerciale, équipe de télémarketing et outils d'e-commerce dédiés), Rexel Pays-Bas a augmenté le recrutement de ses clients dans le *green market*.



Aider les PME de l'Ontario à réduire leur consommation d'énergie

3 questions à Bob Arbuckle

Marketing manager, Nedco - Canada

En quoi consiste l'opération *Power Savings Blitz* ?

En partenariat avec le gouvernement de l'Ontario et les compagnies générales de distribution, nous démarchons les PME pour les convaincre de moderniser leur équipement électrique et d'économiser l'énergie. C'est le programme *Power Savings Blitz*. Une subvention de 1 000 dollars canadiens est accordée par installation d'éclairage. Grâce aux subventions gouvernementales, les programmes d'économies d'énergie ne concernent plus seulement les grandes structures.

Quel est le rôle de Nedco (une des deux enseignes de Rexel au Canada) ?

Après une prise de rendez-vous par téléphone, nous réalisons l'audit chez le client. Nous lui présentons la solution la plus adaptée et les économies générées.

L'électricien agréé installe l'équipement. Nous prenons en charge, pour le compte du gouvernement, la transaction, la facturation et le reporting. Après 20 mois de développement intensif, Nedco est devenu le principal contributeur de ce programme. Nous travaillons actuellement avec plusieurs compagnies régionales de distribution pour mettre au point des offres basées sur la préservation de la ressource électrique.

Quels sont les premiers résultats ?

Les PME sont séduites car elles n'ont rien à déboursier. 425 000 candidats potentiels ont déjà été identifiés. Pour Rexel, ce programme représente 30 000 installations en 2009, qui contribuent à économiser l'énergie et réduire l'empreinte carbone. C'est bon pour l'entreprise, la filière et l'environnement.

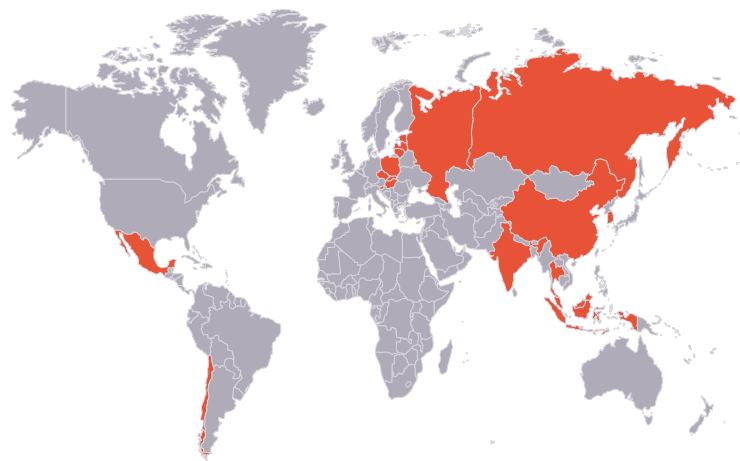
www.powersavingsblitz.ca

5 %, ce sera le taux de croissance moyen des pays émergents en 2010. Cinq fois plus que l'Europe ou les États-Unis... Industrialisation, urbanisation, hausse du niveau de vie, attractivité de ces marchés pour les industriels et les investisseurs étrangers : autant de facteurs qui soutiennent la demande intérieure en matériel électrique. Dans ce contexte, le distributeur est un acteur clé qui contribue à améliorer la qualité des installations et professionnalise la filière.

Initiative ✦7 en action

Pays émergents





Rexel, présent dans 17 pays émergents

Amérique latine : Chili, Mexique

Europe : Estonie, Hongrie, Lettonie, Lituanie, Pologne, République tchèque, Russie, Slovaquie

Asie : Chine, Indonésie, Malaisie, Thaïlande, Singapour, Vietnam + Inde



Capter les nouveaux territoires de croissance

En 2010 : plus de 50 % de la consommation électrique mondiale

La Chine, l'Asie du Sud-Est, l'Inde et l'Amérique latine sont en pleine croissance. En 2010, les pays émergents consommeront à eux seuls plus de la moitié de l'électricité mondiale. De Mexico à New-Delhi, la demande d'expertise et de conseil grandit chaque jour. D'abord tirée par la demande des constructeurs internationaux et par les grands projets d'infrastructures (usines, transports), la distribution de matériel électrique concerne maintenant la plupart des secteurs du bâtiment et de l'industrie. Les produits bon marché cèdent le terrain aux marques de référence. Au-delà du prix, la qualité et le service deviennent de solides atouts pour les acteurs de la distribution.

Développement et consolidation des marchés

Implanté depuis plus de dix ans dans les pays émergents, Rexel participe activement au développement et à la consolidation de ces marchés. Si la part des ventes du Groupe dans ces pays ne représente encore que 5 %, Rexel est plus que jamais convaincu de leur potentiel commercial. Dans les années à venir, le Groupe souhaite intensifier sa présence dans ces nouveaux territoires et y accompagner la professionnalisation croissante de la filière électrique... Parmi les pays les plus prometteurs : la Chine, l'Asie du Sud-Est, l'Inde, le Mexique et le Brésil.

La Chine, deuxième marché mondial

C'est en Chine que le potentiel est le plus spectaculaire. 15 millions de personnes migrent chaque année de la campagne à la ville et dans le même temps, une métropole de la taille de Paris sort de terre ! C'est le deuxième marché mondial pour le matériel électrique. Depuis 2000, Rexel a réalisé dans ce pays 4 acquisitions significatives, dont deux sociétés spécialisées dans le domaine industriel. Cette stratégie a permis à Rexel de devenir le 1^{er} distributeur national de systèmes automatisés, et le 2^e sur le marché de l'éclairage, avec un chiffre d'affaires en croissance de 17 %. En 2009, dans le cadre de l'Exposition Universelle de Shanghai, Rexel a remporté plusieurs marchés dont celui de l'éclairage du pavillon chinois (la "pyramide inversée") et la modernisation de l'éclairage d'hôtels 5 étoiles. (...)



7 000 panneaux d'affichage dans le métro de Shanghai 3 questions à **Benoît Le Chatelier**

Directeur général de Rexel Chine

Comment Rexel a-t-il participé à la rénovation des panneaux d'affichage du métro de Shanghai ?

STDecaux (groupe JCDecaux) gère en exclusivité l'affichage publicitaire de cette infrastructure. Il est chargé d'équiper en panneaux d'affichage modernes les stations de cinq nouvelles lignes mises en service pour l'Exposition universelle de 2010. Après avoir remporté l'appel d'offres, Rexel Chine a travaillé avec STDecaux et ses sous-traitants de mai à novembre 2009 pour leur fournir le matériel électrique équipant les 7 000 panneaux d'affichage du métro.

Quels étaient les défis de ce chantier ?

Le but était d'être prêt avant l'ouverture de l'Exposition universelle. Les délais étaient courts. Quelques mois

seulement. Il a fallu approvisionner juste à temps des quantités importantes de matériel : tubes fluocompacts, douilles, ballast, fixations, coffrets électriques...

Quelle a été la valeur ajoutée de Rexel ?

Rexel était le seul distributeur en Chine à offrir d'emblée l'ensemble des produits demandés (50 références parmi 30 marques). Afin d'optimiser les délais d'assemblage des panneaux, Rexel a centralisé la gestion des stocks de matériel et les livraisons vers les sous-traitants : un gain de temps et de simplicité. Mais notre collaboration ne s'arrête pas là. STDecaux est chargé de la maintenance des équipements. Pour les années à venir, Rexel va pouvoir assurer la fourniture des pièces de rechange.

Des complexes hôteliers aux mines de cuivre : des projets diversifiés

Les pays émergents sont l'occasion pour Rexel de relever de nouveaux défis commerciaux et logistiques. En 2009, Gexpro a participé à l'éclairage du Marina Bay Sands de Singapour, un des plus grands hôtel-casino d'Asie, avec

2 600 chambres, 55 étages et un toit terrasse d'un hectare ! Pour réussir ce projet, Gexpro a fourni 100 000 systèmes d'éclairages, dont 80 % ont été livrés en moins de 4 mois.

En Europe centrale, Rexel est présent dans 9 pays de la zone à travers ses deux principales enseignes commerciales : Rexel et Elektroskandia. En dépit de la

conjuncture économique difficile, ces pays ont réalisé en 2009 un chiffre d'affaires cumulé de plus de 250 millions d'euros.

En Amérique du Sud, Rexel est particulièrement actif au Chili. Depuis plusieurs années, le Groupe remporte des contrats importants dans le secteur minier (cuivre, argent...), où il travaille avec des cabinets d'ingénierie spécialisés.

Le solaire et l'éolien sont les sources d'énergies renouvelables qui vont progresser le plus dans les années à venir. À l'heure de l'après Kyoto et du défi climatique, les gouvernements occidentaux ont fixé des objectifs ambitieux et mettent en place des mécanismes incitatifs. Les particuliers s'équipent. Les industriels leur emboîtent le pas. Pour accompagner ce développement historique, Rexel met en œuvre son expertise et se positionne désormais comme un des distributeurs leaders en matière d'énergies renouvelables.

Initiative ✦ 8 en action

Énergies renouvelables

Soutenir le développement
des énergies solaire et éolienne





Une prestation sur mesure pour une technologie de haute précision



Partenaire des grands constructeurs d'éoliennes

3 questions à Bob Connors

Directeur général de Gexpro Services

En quoi consiste votre activité dans l'éolien ?

Nous fournissons aux grands constructeurs d'éoliennes et à leurs sous-traitants le matériel, les composants électriques et mécaniques dont ils ont besoin pour leurs lignes de production et sur les sites d'installation. Nous intervenons aux États-Unis, mais aussi en Europe et en Asie, qui sont des marchés en forte croissance ces dernières années.

Quelle est la valeur ajoutée de Gexpro Services ?

Le premier point fort, c'est la capacité à nous approvisionner au meilleur prix auprès de fournisseurs respectant les spécifications très précises de nos clients.

La deuxième qualité indispensable pour réussir, c'est de proposer une logistique sur mesure, qui permette de réajuster en temps réel les commandes, le stock et les livraisons selon les besoins.

Quel est le potentiel de croissance du secteur ?

Gexpro Services réalise un quart de ses ventes dans l'éolien. Nous travaillons avec 4 des 6 plus grands fabricants mondiaux. Selon les experts, dans les 10 prochaines années, le parc éolien mondial va augmenter sa capacité de production de... 300 %, passant de 150 à plus de 600 gigawatts*. Une formidable opportunité pour le Groupe de se développer avec ses clients !

* Prévisions EER.

L'énergie éolienne : un métier de spécialiste

L'assemblage des éoliennes est un défi industriel. Plus de 100 mètres de haut, des pales mesurant jusqu'à 60 mètres de long et des milliers de pièces mécaniques et électriques à assembler en un gigantesque mécano de précision. Les sous-parties de l'éolienne (mât, nacelle, turbine, pales) sont tellement massives qu'elles sont construites dans des usines distinctes, acheminées par convois spéciaux, puis assemblées sur leur lieu final de destination. Ces contraintes ne sont pas étrangères à la concentration des acteurs du marché. Fabriquer des éoliennes est un travail de spécialiste. Les six plus grands fabricants mondiaux représentent à eux seuls plus des trois-quarts du marché, estimé en 2009 à 39 milliards de dollars, principalement aux USA, en Chine, en Allemagne et au Danemark.

Du choix des fournisseurs à la gestion des approvisionnements

Dans ce milieu de spécialistes, Rexel est apprécié pour sa largeur de gamme, son expertise technique et logistique, et sa capacité à piloter un projet de A à Z. La première phase consiste à concevoir une logistique globale comprenant les fournisseurs de pièces (souvent situés dans les pays à bas coût) qui respectent des normes d'homologation très strictes. Ensuite, être capable d'installer un centre d'approvisionnement directement à côté du site du fabricant et fournir les pièces au bon moment, dans les bonnes quantités. Enfin, au cours d'un cycle de construction de plusieurs semaines, livrer et réapprovisionner en flux tendu, stocker des pièces pesant de quelques grammes

à plusieurs tonnes et réaliser des kits d'assemblage complets qui font gagner un temps précieux aux monteurs.

Gexpro Services : expérience et compétence

Le distributeur pertinent est celui qui trouve les meilleures solutions pour répondre à ces contraintes logistiques et techniques. Ses références et son expertise, Rexel les a acquises grâce à son enseigne Gexpro, ex filiale de General Electric, un des leaders de la construction mondiale d'éoliennes. En 2009, le chiffre d'affaires de Gexpro Services lié à cette activité représente plus de 100 millions de dollars !



Photovoltaïque : les atouts de Rexel

Expertise technique

Partenariats avec
les fabricants (kits)

Formation
des installateurs

Capacité à
recruter et fidéliser
de nouveaux clients

Expertise financière
et administrative
pour l'utilisateur final



Demain, encore plus de service et d'opportunités commerciales

Dans quelques années, quand le prix du kWh subventionné sera le même que celui du marché, les propriétaires de panneaux solaires consommeront leur propre électricité. Le particulier ou l'entreprise deviendra un

“producteur-consommateur”. Des boîtiers de mesure et des réseaux intelligents (*smart grids*) permettront à l'utilisateur de réguler son installation. Par exemple, stocker son énergie ou recharger sa flotte automobile en fonction des prévisions météo. Autant d'opportunités de business pour le distributeur de matériel électrique qui saura prendre de l'avance dans ces technologies.

L'énergie solaire : faire rayonner l'expertise

L'énergie photovoltaïque consiste à capter la lumière du soleil avec des panneaux solaires pour la transformer en électricité. L'énergie ainsi produite est revendue à une compagnie d'électricité qui en garantit le prix pendant une durée moyenne de 20 ans. C'est sur ce modèle économique original, subventionné par les gouvernements, que repose actuellement toute la filière solaire. Les particuliers et les entreprises qui s'équipent de panneaux solaires sont pour la plupart des investisseurs qui attendent un rendement financier et un retour sur investissement.

Un marché mondial qui va progresser de 30 % par an et qui représente déjà 27 milliards de dollars pour 2009.

Conseiller et former l'installateur

Pourtant l'activité a été lente à démarrer. Il a fallu convaincre les particuliers d'investir. La technologie, désormais au point, a dû être adaptée en fonction des régions et des toitures. Pour l'électricien, il s'agit d'un nouveau métier. Monter sur un toit, assurer son étanchéité, calculer le rendement de l'installation : autant de compétences qu'il a dû acquérir progressivement.

Dans le solaire, formidable gisement de croissance, le distributeur a su déployer toute son expertise. Fournisseur, il trouve auprès des fabricants spécialisés les matériels les plus adaptés qu'il assemble sous forme de kits. Acteur de proximité, il rencontre les installateurs, les sensibilise à cette opportunité de marché, délivre des formations *ad hoc*. Acteur commercial, il assiste l'électricien dans sa prospection auprès du particulier (audits, information sur les aides fiscales, le financement).

(...)



Lycée Kyoto de Poitiers : le 1^{er} lycée 100 % écologique d'Europe

Depuis septembre 2009, Poitiers dispose du premier établissement scolaire en Europe qui ne consomme aucune énergie fossile. 800 m² de panneaux solaires ont été installés sur le toit. Du chauffage des salles de classe à la ventilation, ce lycée consomme... 32 fois moins qu'un lycée professionnel classique (soit 5 kW/m²/an). Un chantier exemplaire, dont la solution photovoltaïque co-conçue par Rexel très en amont, préfigure le rôle de l'énergie solaire dans les infrastructures collectives de demain.

Le solaire en Belgique, histoire d'une formidable réussite

"Lorsque nous avons débuté en 2007, le marché n'était pas prêt. Nous avons dû convaincre et former les installateurs, qui étaient plutôt réticents : *le photovoltaïque en Belgique ? Ça ne marchera jamais !*. Nous avons organisé un grand road-show à travers le pays pour sensibiliser les installateurs, expliquer le fonctionnement des panneaux solaires. Nous avons formé plus de 1 800 installateurs. Aujourd'hui, les résultats sont là : Rexel est leader du photovoltaïque en Belgique. Cela représente 25 millions d'euros de ventes, soit 10 % de notre chiffre d'affaires, deux ans après ! Grâce à ses 8 experts dédiés, Rexel Belgique capte le marché résidentiel, mais aussi le marché industriel, comme les brasseurs Stella Artois et Jupiler. À l'aide du fabricant, nous avons réussi un sacré pari : adapter aux toits belges les fixations d'origine des panneaux et réaliser pour les électriciens des kits solaires prêts à monter".

Steven Leeten, responsable des activités photovoltaïques, Rexel Belgique.

Marché de particuliers et d'entreprises

Initiée à l'origine en Allemagne, Rexel a développé en 2009 cette activité commerciale dans toute l'Europe et part désormais à la conquête de l'Amérique du Nord. Cette année, la Belgique a été un modèle de développement avec des ventes multipliées par 2,5 (*voir témoignage*). En France, à Poitiers, Rexel a participé à la conception de la toiture

photovoltaïque du Lycée Kyoto, le premier lycée d'Europe fonctionnant à 100 % aux énergies propres. S'adressant à l'origine plutôt aux particuliers, le solaire séduit dorénavant autant les entreprises qui cherchent à rentabiliser leurs toitures. Ce qui constitue pour Rexel un axe stratégique de conquête commerciale. Preuve du succès de cette activité, en 2009 le 25^e fournisseur du Groupe en volume est désormais un fabricant de produits photovoltaïques.



Groupe international et leader de la distribution de matériel électrique, Rexel assume une double responsabilité environnementale. En commercialisant des solutions éco-énergétiques, Rexel est un prescripteur et contribue à améliorer la performance environnementale des bâtiments et des infrastructures dans le monde. En tant qu'entreprise responsable, le Groupe se doit d'économiser les ressources naturelles et de minimiser l'impact de ses activités sur l'environnement.

Initiative ✦ 9 en action

Développement durable



Faire du développement durable un principe d'action au quotidien

Promouvoir l'éco-efficacité énergétique

Accélérateur de progrès électrique, dans chacun des 34 pays où il opère, Rexel conçoit des offres de produits et des solutions qui réduisent la consommation énergétique et favorisent la production d'énergie propre. En 2009, Rexel a vendu plus de 160 millions d'euros d'éclairage basse consommation (+ 40 % en comparaison de 2008) et plus de 200 millions d'euros avec les énergies renouvelables. Son expertise et sa vision globale en termes d'applications électriques lui permettent de conseiller

au mieux ses clients, afin qu'ils installent des solutions performantes, véritablement génératrice d'économies d'énergie et d'énergie propre. Consommer mieux et consommer moins, un credo clé pour l'équipe Rexel.

Réduire l'empreinte environnementale de nos activités

Si l'impact direct de l'activité de Rexel sur l'environnement est relativement faible, son activité de distribution génère un certain nombre d'impacts indirects (transports, déchets, consommation d'énergie...) que Rexel s'efforce de réduire par des actions

quotidiennes et mesurées. En 2009, Rexel a mis en place un certain nombre de plans d'actions en matière d'évaluation et d'optimisation des consommations. De plus, après avoir encore amélioré les outils de reporting, le Groupe réalisera cette année un bilan carbone complet de ses installations.

Moins de papier, imprimer mieux

En 2009, Rexel a choisi de s'associer à un fournisseur préférentiel pour la gestion de ses activités d'impression bureautiques, et ce, pour une période de cinq ans. Avec comme objectifs de diminuer (...)

Les engagements et les actions de Rexel en faveur de l'environnement

La charte Rexel du développement durable

Cette Charte, affichée dans tous les sites et diffusée auprès de l'ensemble des collaborateurs, décline en 10 actions concrètes les engagements du groupe Rexel en faveur de l'environnement.

10 actions concrètes

en faveur de l'environnement	2009	2008
Séparer les cartons pour faciliter leur recyclage	73 %	49 %
Trier tous les papiers de bureau, catalogues et magazines pour faciliter leur recyclage	68 %	40 %
Participer aux actions de reprise pour accélérer le recyclage des tubes fluorescents	72 %	52 %
Participer aux actions de reprise pour généraliser le recyclage des batteries	61 %	52 %
Renvoyer les cartouches d'encre et les toners usagés aux fabricants	73 %	57 %
Privilégier dans les agences les équipements et les éclairages économes en énergie	29 %	24 %
Organiser au moins une fois par an une journée commerciale sur les équipements d'éclairage économes en énergie	59 %	50 %
Porter à la connaissance de tous les collaborateurs de l'agence au moins une fois par an le Guide d'éthique Rexel	69 %	63 %
Informier au moins une fois par an tous les collaborateurs de la mise en place de la Charte Rexel	88 %	61 %
Informier les clients, les partenaires et les fournisseurs sur la politique de développement durable du Groupe	80 %	55 %
Nombre moyen d'actions mis en place par agence	7	5

% des agences du Groupe ayant mis en place les actions.

fortement ses coûts d'impression et réduire son empreinte écologique. À la clé, des mesures fortes : un parc global d'imprimantes réduit et optimisé, l'impression en mode recto verso systématique et des économies attendues de 20 à 60 % selon les entités. Au-delà de la gestion du parc, le nouveau prestataire prendra également en charge la collecte et le recyclage des consommables en fin de vie (toners, cartouches...).

Optimisation des transports

Dans le cadre de sa politique d'optimisation des transports, Rexel avec les directions de la Supply Chain et des Achats indirects, mène des actions pour diminuer le nombre de kilomètres parcourus, la consommation de carburant et les émissions de CO₂. Comment ? L'optimisation des tournées de livraison, la rationalisation des flottes des véhicules et le choix de modes de transports alternatifs (voitures hybrides, co-voiturage pour le personnel) sont privilégiés.



Sensibilisation des collaborateurs aux éco-gestes

Lancée en février 2010 au niveau du Siège, la campagne "Eco-Days" fait la promotion des gestes simples et des comportements à adopter par chaque collaborateur afin de diminuer l'empreinte environnementale globale de l'entreprise. Cette campagne porte en particulier sur l'usage des consommables (papier, impressions, tri sélectif) et la bonne gestion de l'énergie au quotidien (lumière, climatisation). Elle sera déployée dans les pays courant 2010.

Huit prestataires ont été sélectionnés en particulier en fonction de leur capacité à accompagner la démarche environnementale du Groupe et à produire des indicateurs chiffrés.

En matière de fournitures de bureau, papier et consommables informatiques, Rexel a signé un accord avec un fournisseur international portant sur 16 pays du Groupe, et qui va permettre de réduire significativement l'impact transport en regroupant les commandes passées. Un indicateur de suivi sera mis en place à partir de 2010.

Centre Logistique

Rexel est déterminé à limiter ses impacts en optimisant à la fois sa chaîne de distribution et les transports y afférant. La réduction des emballages constitue également un levier d'amélioration.

Fournisseurs

Rexel favorise des relations durables et responsables avec ses fournisseurs et cherche constamment à s'approvisionner de façon à respecter l'environnement.

Siège social

L'élaboration d'un guide et d'une charte environnementale, la conclusion d'un nouveau contrat visant à réduire sa consommation de papier, ou encore le lancement d'une campagne écocoste sont autant d'éléments reflétant l'engagement de Rexel.

Les engagements environnementaux de Rexel

- Réduction de sa consommation énergétique.
- Amélioration de la performance énergétique de ses bâtiments.
- Limitation de ses émissions de CO₂.
- Réduction de sa consommation d'eau.

Agence

Rexel assure la collecte des déchets d'équipements électriques et électroniques, ainsi que des piles usagées, mais pratique également le tri de ses déchets en vue de réduire les gaspillages.

Client

Rexel s'attache à accroître la sensibilisation de ses clients en leur proposant une large gamme de produits performants, économes en énergie et pouvant générer de nouvelles énergies.

 Flux de transport

 Flux d'idées

Le marché de la distribution se transforme et Rexel fait évoluer son modèle d'entreprise. Les expertises s'enrichissent et nécessitent des compétences nouvelles. Attirer les meilleurs collaborateurs, proposer des parcours professionnels intéressants, encourager les actions solidaires envers des populations locales. C'est tout l'enjeu de Rexel, qui entend se positionner comme un employeur de référence et un acteur responsable vis-à-vis des communautés environnantes.

Initiative ✨10 en action

Responsabilité sociale



Accompagner les talents

Développer les compétences

Par sa politique de formation et d'évolution professionnelle, Rexel participe activement à la professionnalisation et à l'expertise de ses salariés et de toute la filière électrique. En 2009, Rexel a mis en œuvre de nombreuses initiatives pour l'amélioration de la performance et le développement personnel : e-learning (Canada), e-intégration (Australie), formation des managers aux pratiques de leadership dans de nombreux pays.

Hagemeyer Deutschland a reçu le prestigieux prix *Rudolf Egerer* pour son action de formation exemplaire vis-à-vis des jeunes employés. En 2010, pour accompagner l'évolution de sa nouvelle stratégie, Rexel met en place la *Business Education Platform*. Un dispositif prestigieux de formation en Leadership, qui doit permettre à chaque manager de s'approprier et de mettre en œuvre les leviers opérationnels du modèle économique du Groupe.

Renforcer la santé et la sécurité au travail

La sécurité des personnes et des biens au sein de ses établissements constitue une préoccupation majeure pour Rexel. Les enseignes du Groupe améliorent au quotidien leur process, afin de proposer les meilleurs standards de sécurité pour les centres logistiques et les agences. En 2009, le Groupe a procédé à une évaluation des procédures d'hygiène et de sécurité en vigueur dans les principaux



La communication interne à l'heure du web 2.0

2009 a vu le lancement de *One Source*, le tout nouveau portail intranet du Groupe. Ses atouts ? Plus de visibilité, plus d'informations et une meilleure communication entre les pays. Cette plateforme de ressources partagées, dispose d'outils de publication décentralisée. Autre nouveauté : près de 30 sites de communautés (notamment métiers), ont été déployés. Avec *One Source*, Rexel renforce les liens entre les entités du Groupe en stimulant l'échange et le partage d'informations.

Poursuite de l'engagement en matière d'éthique

En 2010, le Groupe organise une opération internationale dédiée à l'éthique. Nos collaborateurs auront l'opportunité de s'exprimer et de porter à la connaissance de leur direction, les problématiques éthiques qu'ils rencontrent. Puis, à l'issue d'ateliers de travail organisés dans l'ensemble des pays, chacune des directions nationales prendra position sur 5 cas éthiques adressés par leurs salariés. Des restitutions locales ainsi qu'une synthèse internationale sont prévues pour l'ensemble des collaborateurs.

La sécurité en chiffres	2009	2008
Taux de fréquence des accidents du travail (par million d'heures travaillées)	7,8	9,4
Taux de gravité	0,1	0,2
% de personnes formées à la sécurité	42 %	31,8 %

pays. Les situations à risque sont clairement identifiées (conduite des engins, coupe des câbles...). Des plans de reporting et d'amélioration ont été déployés, et dans de nombreux pays, une formation à la sécurité est maintenant systématisée à l'embauche.

Dans le cadre global de la gestion des risques de l'entreprise, pour la Grippe A (H1N1), si la pandémie n'a pas eu à ce jour les conséquences sanitaires que l'on pouvait redouter, des plans de continuité d'activité ont été élaborés dans chaque pays, accompagnés d'information et de la mise à disposition d'équipements de protection (masques, gel pour les mains...).

Une politique sociale responsable

Face au ralentissement de l'activité en 2009, les effectifs du Groupe ont diminué de 13 %. Dans ce contexte et en concertation avec le Comité d'entreprise européen, le Groupe a adopté une série de principes applicables en cas de réorganisation. Ces principes insistent notamment sur le niveau d'information nécessaire à dispenser aux salariés. Dans cet esprit, lors d'une réorganisation intervenue en Estonie, et faute de représentants locaux, les représentants estoniens du Comité d'entreprise européen ont été les interlocuteurs de la Direction. Ces principes inscrivent aussi

la volonté du Groupe de préférer au licenciement des solutions alternatives. Des mesures telles que le chômage partiel (Italie, Finlande), des congés sans solde (États-Unis, Canada), des départs en pré-retraite (Canada, Suède) ont limité le nombre de licenciements.

D'autre part, les entités du groupe Rexel restent fortement sensibilisées aux problématiques de non-discrimination lors de l'embauche et tout au long de la carrière professionnelle. En 2009, chez Rexel France, une démarche active en faveur du handicap a été initiée. Dans ce pays, le nombre de salariés déclarant un handicap est passé de 1,1 % à 1,6 % entre 2008 et 2009. (...)

Nos engagements solidaires vis-à-vis de la société civile

Par son engagement auprès des populations locales, et les initiatives de ses salariés, le groupe Rexel contribue à une société plus juste, plus humaine et plus solidaire. Rexel encourage ses collabora-

teurs à être attentifs aux besoins particuliers des organismes professionnels et des associations œuvrant localement dans ses pays d'implantation, et les soutient dans leurs initiatives citoyennes.



La filière électrique canadienne lutte contre la malnutrition



3 questions à Wayne Donaldson

Directeur marketing et achat
Rexel Canada

En quoi consiste l'opération *Hungry for Change* ?

En 2008, nous avons eu l'idée avec un ami d'organiser cette collecte de dons au profit des enfants souffrant de malnutrition dans le monde, en partenariat avec l'ONG *Canadian Feed The Children*. L'objectif était de sensibiliser les entreprises, les salariés et les clients de l'industrie électrique canadienne au sort de ces enfants, et améliorer leur quotidien, en faisant un geste ensemble. L'opération a vu le jour en octobre 2008.

Rexel Canada a réussi à fédérer l'industrie électrique ?

Oui, nous avons rapidement été rejoints par la Fédération électrique canadienne (EFC). Plus de 325 entreprises, ainsi que des milliers de clients, employés et fournisseurs participent à *Hungry for Change*. Un exemple de solidarité soutenu par toute la filière professionnelle et dont nous sommes fiers d'être à l'origine.

Avec quels résultats ?

Ils sont plus qu'encourageants ! 340 000 dollars canadiens ont été collectés en 2009, soit 70 % de plus que l'année précédente. À titre d'exemple, cela représente près de 1,5 million de repas servis dans un pays africain ! Et il faut le signaler : 94 % des dons vont directement aux enfants. Mais Rexel veut aller encore plus loin et nous souhaitons dupliquer cette opération dans d'autres pays du Groupe chaque fois que cela sera possible.

Mécénat de compétence

Rexel Italie participe au *Master Lighting Design* de l'Université de Rome

En partenariat avec le Professeur Corrado Terzi de l'Université La Sapienza de Rome, le groupe Rexel a ouvert deux showrooms-laboratoires spécialisés dans l'éclairage. Les échanges entre le Master Spécialisé Éclairage et le groupe Rexel se multiplient et se traduisent notamment par l'accueil d'enseignants et étudiants dans les locaux de l'entreprise pour des ateliers de travail et des formations spécialisées.



Humanitaire

Rexel mobilisé après les incendies en Australie

Suite aux violents incendies que l'Australie a connus en février 2009, l'entité australienne du groupe Rexel a procédé à un don exceptionnel remis à la Croix Rouge locale dans le but de soutenir la population touchée. À cette donation s'ajoutent celles de la Zone Asie-Pacifique et du siège du groupe Rexel pour un montant total de plus de 200 000 dollars australiens.

Rexel dans le monde à travers ses enseignes



Le groupe Rexel commercialise des solutions électriques partout dans le monde grâce à un réseau d'une quarantaine d'enseignes généralistes et spécialisées.

En 2009, les enseignes commerciales de Rexel ont participé avec succès à son développement...



Elektroskandia

Optimisation : L'activité commerciale de la Pologne et de la Russie a été réunie au sein de l'enseigne Elektroskandia, désormais présente dans 7 pays d'Europe.

Rexel France

Équipements publics : Rexel France est associé à la construction de plusieurs hôpitaux et établissements pénitenciers dans le cadre de partenariats public privé (PPP).



Rexel IPG

Grands projets : Création de Rexel IPG, une structure internationale dédiée aux grands projets.

**INTERNATIONAL
PROJECTS
GROUP**
EMPOWERED BY REXEL

Rexel Chine

Exposition universelle : Rexel remporte le contrat d'éclairage LED du pavillon chinois pour l'exposition universelle de Shanghai.

REXEL 蓝格赛

专业电气经销

Rexel Inc. - USA

Service client : Mise en place d'*Impact Customer*, un grand programme national de services aux clients.



Et aussi

En Europe

ABM-Rexel
Coaxel
Denmans
Elektro-Material AG
Elektronabava
Hagard:HAL

Kellihers
Moel
Onexis
Parker Merchenting
Selga
Senate
Storel
WF

En Asie-Pacifique

EIW
Gexpro Asia
Elektro Material AG
Elektronabava
Huazhang Electric

Ideal Electrical
Impel
John R. Turk
Lear&Smith
Page Data
Redeal Networks
Suzhou Xidian

Inaco

Sécurité : Inaco en Australie met en place un pôle d'expertise dédié autour de la sécurité des personnes et des équipements dans le secteur industriel.



Westburne et Nedco

Infrastructures sportives : les deux enseignes canadiennes ont participé à la construction des infrastructures sportives des JO de Vancouver.



Newey & Eyre

E-commerce : Lancement du portail marchand Neweysonline.co.uk



Hagemeyer Deutschland

Tours "vertes" : Hagemeyer Deutschland participe à la rénovation des deux tours jumelles de la Deutsche Bank à Francfort.



Gexpro

Énergies renouvelables : Gexpro Services développe son activité dans le secteur éolien.



Regro et Schacke

Logistique : Regro et Schacke en Autriche optimisent la performance de leur process de livraison grâce au centre logistique national de Lintz.



En Amérique du Sud

Flores y Kersting

