

VENTES DU 3^{ème} TRIMESTRE 2020

**BONNE REPRISE DE L'ACTIVITÉ AVEC DES VENTES A JOURS CONSTANTS EN BAISSSE DE -4,2%
PERFORMANCE ROBUSTE SOUTENUE PAR UN NIVEAU DE SERVICE CLIENT ÉLEVÉ ET LES OUTILS DIGITAUX
POURSUITE DE LA DISCIPLINE SUR LES COÛTS ET DE LA FOCALISATION SUR LE CASH FLOW**

→ VENTES DE 3 157,8M€ AU T3 2020

- En données comparables et à nombre de jours constant, les ventes sont en baisse de 4,2% au T3 20, en forte progression par rapport au -17,7% du T2 20.
- Amélioration graduelle, avec une reprise progressive en Europe et en Asie-Pacifique, tandis que l'Amérique du Nord accuse un retard avec des tendances divergentes entre les régions/marchés.

→ UNE OFFRE DIGITALE FACILITATEUR D'AFFAIRES ; LES VENTES DIGITALES AU T3 20 REPRÉSENTENT 20,5% DU CA TOTAL (DONT 30,6% DE VENTES DIGITALES EN EUROPE), EN HAUSSE DE 261 BPS PAR RAPPORT AU T3 2019

→ VISIBILITÉ ENCORE TROP LIMITÉE POUR PERMETTRE LA COMMUNICATION D'OBJECTIFS 2020, MAIS LES OPPORTUNITÉS A MOYEN TERME DEMEURENT ATTRACTIVES

→ LES RÉUSSITES ET PRIORITÉS DU GROUPE DEMEURENT L'EXCELLENCE DU SERVICE CLIENT (AMÉLIORATION DE LA SATISFACTION CLIENT), LA TRANSFORMATION DIGITALE (HAUSSE DU NOMBRE DE CLIENTS CONNECTÉS), LA GESTION DE LA PROFITABILITÉ (FLEXIBILITÉ DES COÛTS) ET LA GÉNÉRATION DE TRÉSORERIE

Chiffres clés	T3 2020	Variation	9m 2020	Variation
Ventes	3 157,8M€		9 203,5M€	
En données publiées		-7,7%		-10,0%
En données comparables et à nombre de jours courant		-3,8%		-8,3%
En données comparables et à nombre de jours constant		-4,2%		-8,5%
Ventes à nombre de jours constant par géographie				
Europe	1 793,8M€	+0,3%	5 125,1M€	-6,0%
France	687,0M€	+3,9%	1 868,4M€	-9,4%
Scandinavie	229,5M€	+0,7%	716,3M€	+3,8%
Benelux	184,1M€	+2,3%	565,9M€	-0,8%
Allemagne	178,7M€	+9,4%	511,6M€	+5,7%
Royaume-Uni	151,8M€	-17,0%	448,9M€	-20,3%
Amérique du Nord	1 053,9M€	-12,8%	3 236,7M€	-13,7%
Etats-Unis	814,3M€	-12,9%	2 531,7M€	-14,2%
Canada	239,6M€	-12,3%	705,0M€	-12,0%
Asie-Pacifique	310,1M€	+3,4%	841,6M€	-1,5%
Chine	134,4M€	+11,2%	356,9M€	+1,5%
Australie	126,2M€	-1,2%	358,9M€	+0,1%

Patrick BERARD, Directeur Général, a déclaré :

« Dans la crise actuelle du Covid-19, je suis très satisfait de la capacité de Rexel à maintenir l'excellence de son service clients et à élargir son offre de solutions digitales. Le mérite en revient à nos collaborateurs qui ont su s'adapter rapidement pour assurer la poursuite de l'activité, tout en respectant les exigences élevées de protection sanitaire. Par conséquent, je suis fier de notre solide évolution des ventes au T3, qui montre une forte reprise par rapport au trimestre précédent, en dépit des tendances très divergentes entre les marchés et les régions. Dans un environnement qui demeure incertain, Rexel continuera à être agile et à s'adapter à l'évolution du mix d'activités. Nous allons continuer à nous focaliser sur la profitabilité et la génération de trésorerie, comme démontré dans nos résultats du premier semestre. Les bénéfices de notre transformation digitale nous positionnent pour continuer notre feuille de route stratégique et consolider notre rôle de véritable leader de solutions multicanales pour chaque segment de client. »

ANALYSE DES VENTES AU 30 SEPTEMBRE 2020

- *Sauf mention contraire, tous les commentaires sont faits en base comparable et ajustée et, pour ce qui concerne le chiffre d'affaires, à nombre de jours constant.*

VENTES

Au 3^{ème} trimestre, les ventes ont baissé de -7,7% en données publiées et de -4,2% en données comparables et à nombre de jours constant, reflétant une reprise en Europe et en Asie-Pacifique tandis que l'Amérique du Nord accuse un retard.

Au 3^{ème} trimestre, Rexel a enregistré des ventes de 3 157,8M€, en baisse de 7,7% en données publiées, incluant :

- Un effet de change négatif de 80,0M€ (soit -2,3% des ventes du T3 2019), principalement lié à la dépréciation des dollars américain et canadien contre l'euro ;
- Un effet de périmètre net négatif de 58,7M€ (soit -1,7% des ventes du T3 2019), résultant principalement de la cession de Gexpro Services aux Etats-Unis ;
- Un effet calendaire positif de 0,4 point.

En données comparables et à nombre de jours constant, les ventes ont diminué de 4,2%, incluant un effet positif lié aux variations du prix des câbles à base de cuivre (+0,5% au T3 20 vs. -0,3% au T3 19). Cette solide performance des ventes du T3 20 résulte de notre capacité à :

- Assurer la pleine poursuite de l'activité et des process dans nos agences/centres de distribution pour servir nos clients ;
- S'adapter en permanence aux restrictions gouvernementales liées à la pandémie, à l'image des nouvelles mesures dans des pays tels que l'Australie, la Nouvelle-Zélande, le Royaume-Uni, la France, l'Espagne, la Belgique ;
- Tirer profit de nos robustes outils digitaux pour soutenir la hausse des transactions web et les nouveaux modes de travail (télétravail, visioconférence...).

Plus spécifiquement, la digitalisation a été un réel facilitateur d'affaires au troisième trimestre, comme illustré par les points suivants, qui confirment que notre proposition de valeur et notre organisation deviennent de plus en plus digitalisées afin d'améliorer l'expérience client et rendre cette dernière plus efficace et plus agile :

- Aux Etats-Unis, nous avons lancé notre plateforme web et data unique pour toutes les enseignes, offres et clients. Il s'agit d'une évolution majeure pour la transformation digitale du pays ;
- Nos ventes digitales représentent 20,5% des ventes du Groupe, en hausse de 261 bps par rapport au T3 19. Les ventes digitales en Europe sont au-dessus de 30% ;
- En France, les transactions via téléphone portable ont augmenté de 62% comparées à l'année dernière grâce à l'amélioration de l'application.

Sur les 9 premiers mois 2020, Rexel a enregistré des ventes de 9 203,5M€, en baisse de 10,0% en données publiées. En données comparables et à nombre de jours constant, les ventes diminuent de 8,5%, incluant un effet défavorable de 0,2% lié aux variations du prix des câbles à base de cuivre.

La baisse de 10,0% des ventes en données publiées inclut :

- Un effet de change négatif de 44,2M€ (-0,4% des ventes des 9 mois 2019), principalement lié à la dépréciation des dollars canadien et australien ainsi que de la couronne norvégienne par rapport à l'euro ;
- Un effet de périmètre net négatif de 144,2M€ (-1,4% des ventes des 9 mois 2019), résultant principalement de la cession de Gexpro Services aux Etats-Unis ;
- Un effet calendaire positif de 0,2 point.

Europe (57% des ventes du Groupe) : +0,3% au T3 en données comparables et à nombre de jours constant

Au 3^{ème} trimestre, les ventes en Europe ont augmenté de 0,7% en données publiées, avec des effets non-significatifs de change et de périmètre. En données comparables et à nombre de jours constant, les ventes sont en hausse de 0,3%.

- Les ventes en **France** (38% des ventes de la région) ont affiché une solide croissance de 3,9%, bénéficiant d'un niveau élevé de continuité des activités et de service client ainsi qu'une forte demande des marchés résidentiels et HVAC. Nos clients ont pris moins de vacances qu'habituellement dû au Covid-19 ;
- Les ventes en **Scandinavie** (13% des ventes de la région) sont en hausse de 0,7%, avec une dynamique positive en Norvège, en progression de 3,2%, principalement tirée par une hausse des prix pour compenser l'effet de la dépréciation de la couronne norvégienne sur les importations. La Suède est en baisse de 4,0% dû à une moindre demande des moyennes et grandes entreprises ;
- Le **Benelux** (10% des ventes de la région) a progressé de 2,3%, avec le Belux (+4,2%) qui bénéficie d'une bonne dynamique dans le secteur des ventes d'équipements photovoltaïques tandis que les ventes du Pays-Bas sont restées stables (-0,2%) grâce à un marché résidentiel positif, compensant une moindre demande dans les marchés des énergies renouvelables ;
- Les ventes en **Allemagne** (10% des ventes de la région) ont affiché une forte progression de 9,4% grâce à une tendance positive de notre activité de proximité et une meilleure demande qu'au T2 dans l'automobile bien qu'encore négative ;
- Au **Royaume-Uni** (8% des ventes de la région) les ventes ont chuté de 17,0%, principalement en raison de la détérioration de la demande de projets commerciaux tandis que l'activité de proximité a bien progressé (Denmans en hausse de 3,6%).

Amérique du Nord (33% des ventes du Groupe) : -12,8% au T3 en données comparables et à nombre de jours constant

Au 3^{ème} trimestre, les ventes en Amérique du Nord ont chuté de 21,1% en données publiées, intégrant un effet de change négatif de -5,4% (-71,9M€), dû à la dépréciation des dollars américain et canadien par rapport à l'euro, ainsi qu'un effet de périmètre négatif de -4,1% (-55,2M€) dû à la cession de Gexpro Services. En données comparables et à nombre de jours constant, les ventes sont en baisse de 12,8%, entraînées par les Etats-Unis et le Canada.

- Aux **États-Unis** (77% des ventes de la région), les ventes ont diminué de 12,9% en données comparables et à nombre de jours constant, avec une bonne résistance dans l'ouest du pays (Northwest, Californie et Mountain Plains) ainsi qu'en Floride, grâce à notre activité de proximité. Cette contribution positive est plus que compensée par la détérioration des grands projets dans les marchés industriels et commerciaux dans les régions comme le Midwest et le Gulf, impactés par les industries lourdes et le pétrole & gaz. Enfin, la région du Northeast a fait l'objet d'une réorganisation, et nous constatons l'impact positif de la stratégie de sélectivité clients mise en place ;
- Au **Canada** (23% des ventes de la région), les ventes ont chuté de 12,3% en données comparables et à nombre de jours constant, principalement en raison d'une moindre demande industrielle, notamment dans l'industrie du pétrole et du gaz. La croissance des ventes s'est améliorée en septembre.

Asie-Pacifique (10% des ventes du Groupe) : +3,4% au T3 en données comparables et à nombre de jours constant

Au 3^{ème} trimestre, les ventes en Asie-Pacifique ont augmenté de 1,3% en données publiées, incluant un effet de change négatif de -2,8% (-8,5M€) en raison de la dépréciation de l'ensemble des monnaies (principalement le yuan chinois et le dollar australien) contre l'euro. A données comparables et à nombre de jours constant, les ventes ont augmenté de 3,4%.

- Dans le Pacifique (50% des ventes de la région), les ventes sont en baisse de 3,0% en données comparables et à nombre de jours constant :
 - En **Australie** (82% du Pacifique), les ventes ont baissé de 1,2% grâce à une bonne résilience dans notre activité de proximité, compensant ainsi la perte de deux contrats industriels et le confinement partiel dans l'état de Victoria (région de Melbourne) ;
 - En **Nouvelle-Zélande** (18% du Pacifique), les ventes ont chuté de 10,7% dans un marché sous pression avant les élections et du confinement partiel à Auckland au T3 20 (impact de -2,7%).
- En Asie (50% des ventes de la région), les ventes affichent une solide croissance de 10,6% en données comparables et à nombre de jours constant :
 - En **Chine** (86% de l'Asie), les ventes ont progressé de 11,2%, principalement tirées par notre valeur ajoutée dans la croissance du secteur de l'automatisation, et soutenue par les investissements réalisés par le gouvernement dans les infrastructures et les automatismes industriels ;
 - **Inde et Moyen-Orient** (14% de l'Asie) : L'**Inde** est en hausse de 5,4%, reflétant une reprise de l'activité alors même que le virus reste actif dans le pays. Le **Moyen-Orient** a affiché une solide performance, en hausse de 9,6%.

PLAN D' ACTIONS EN PLACE AFIN D'ACCÉLÉRER NOTRE TRANSFORMATION DIGITALE

La transformation digitale est le principal pilier de notre feuille de route stratégique. La pandémie de Covid-19 a renforcé notre conviction que focaliser les ressources sur cette initiative était la bonne décision, nous permettant de naviguer dans l'environnement actuel.

Nous poursuivons l'exécution de notre plan avec assiduité en ciblant des actions claires visant à améliorer nos 3 niveaux de « digital ». Pour illustration :

- Sur le niveau de la donnée, nous progressons bien sur la standardisation de la segmentation de la base clients, ce qui contribuera notamment à l'optimisation et l'accélération de nos outils digitaux et de notre marketing.
- Sur le niveau transactionnel, nous continuons d'améliorer nos fonctionnalités transactionnelles telles que :
 - Le Track & Trace en Europe, où nous avons signé des accords avec nos partenaires de transports et avons la technologie en place pour nous permettre d'offrir cette fonctionnalité dans un périmètre de pays représentant 80% de nos ventes ;
 - L' « Email to EDI » est maintenant disponible dans 7 pays, facilitant l'automatisation de plus de 110 000 commandes sur les 9 premiers mois de l'année 2020 auprès de 750 clients.
- Sur le niveau prédictif :
 - Déploiement du module « assortiment dans les agences » en France, en progression rapide dans notre réseau ;
 - Le module « gestion de l'érosion de clients » est entièrement réactivé et donne de bons résultats dans le suivi de la reprise d'activité de nos clients. Cet outil est pleinement intégré dans la « routine de nos vendeurs » ;
 - Le module « offre produits complémentaire » est testé en France dans une agence et un centre d'appel.

ÉVOLUTION DES NOTATIONS

Au cours des 6 premiers mois de 2020, la priorité a été donnée à la profitabilité et la génération de trésorerie, démontrant la résilience de notre modèle. Nous confirmons également que nous anticipons une solide génération de trésorerie pour l'année 2020, poursuivant la tendance observée depuis le début de l'année.

Cette résilience a contribué à la confirmation de nos notations long-terme (BB par S&P et Ba2 par Moody's) et court-terme durant la crise (B par S&P et « Non-prime » par Moody's).

A noter qu'en raison d'un changement dans la politique commerciale de Moody's, nous leur avons demandé de retirer la notation court-terme « Non-Prime ».

PRIORITÉS POUR LES PROCHAINS TRIMESTRES

Le contexte volatile actuel ne nous permet pas de communiquer sur des objectifs pour l'année 2020. En ligne avec nos résultats du premier semestre, nous continuerons à nous concentrer sur l'excellence de notre service client, notre transformation digitale, la gestion de la profitabilité et de la génération de trésorerie.

Grâce aux perspectives de croissance favorables qui soutiennent la demande à moyen et long terme de produits électriques, et en dépit d'une volatilité à court terme, Rexel continue à gérer son activité en portant une attention particulière à rester agile, gagner des parts de marché et continuer à développer rapidement une offre multicanale. Rexel est bien positionné pour bénéficier des plans de dépenses publiques visant à réduire les émissions de CO² ou à améliorer l'efficacité énergétique.

NB : Les impacts estimés par trimestre (i) des effets calendaires par géographie, (ii) des variations de périmètre de consolidation et (iii) des effets de change (fondés sur des hypothèses de taux moyens sur le reste de l'année pour les principales devises du Groupe) sont présentés en détail en annexe 2.

CALENDRIER

11 février 2021	Résultats du 4 ^{ème} trimestre et de l'année 2020
22 avril 2021	Ventes du 1 ^{er} trimestre 2021
22 avril 2021	Assemblée Générale

INFORMATION FINANCIERE

Une présentation des ventes du 3^{ème} trimestre 2020 est également disponible sur le site web de Rexel.

AU SUJET DU GROUPE REXEL

Rexel, expert mondial de la distribution professionnelle multicanale de produits et services pour le monde de l'énergie, est présent sur trois marchés : résidentiel, tertiaire et industriel. Le Groupe accompagne ses clients pour leur permettre de gérer au mieux leurs activités en leur offrant une gamme adaptée et évolutive de produits et services de maîtrise de l'énergie pour la construction, la rénovation, la production et la maintenance.

Présent dans 26 pays, à travers un réseau de plus de 1 900 agences, Rexel compte plus de 26 000 collaborateurs. Son chiffre d'affaires a atteint 13,74 milliards d'euros en 2019.

Rexel est coté sur le marché Eurolist d'Euronext Paris (compartiment A, symbole RXL, code ISIN FR0010451203) et figure dans les indices suivants : SBF 120, CAC Mid 100, CAC AllTrade, CAC AllShares, FTSE EuroMid, STOXX600. Rexel fait également partie des indices ISR suivants : FTSE4Good, Ethibel Sustainability Index Excellence Europe, Euronext VigeoEiris Europe 120 Index, Dow Jones Sustainability Index Europe et STOXX® Global Climate Change Leaders, grâce à sa performance en matière de responsabilité sociale d'entreprise. Rexel est sur la « Climate A list » du CDP.

Pour plus d'information : www.rexel.com

CONTACTS

ANALYSTES FINANCIERS / INVESTISSEURS

Ludovic DEBAILLEUX	+33 1 42 85 76 12	ludovic.debailleux@rexel.com
--------------------	-------------------	--

PRESSE

Brunswick: Thomas KAMM	+33 1 53 96 83 92	tkamm@brunswickgroup.com
------------------------	-------------------	--

GLOSSAIRE

L'EBITA PUBLIE (EARNINGS BEFORE INTEREST, TAXES AND AMORTIZATION) est défini comme le résultat opérationnel avant amortissement des actifs incorporels reconnus dans le cadre de l'affectation du prix des acquisitions et avant autres produits et charges.

L'EBITA AJUSTE est défini comme l'EBITA retraité de l'estimation de l'effet non récurrent des variations du prix des câbles à base de cuivre.

L'EBITDA (EARNINGS BEFORE INTEREST, TAXES, DEPRECIATION AND AMORTIZATION) est défini comme le résultat opérationnel avant amortissements et avant autres produits et charges.

LE RESULTAT NET RECURRENT est défini comme le résultat net ajusté de l'effet non récurrent du cuivre, des autres produits et autres charges, des charges financières non récurrentes, déduction faite de l'effet d'impôt associé aux éléments ci-dessus.

LE FREE CASH-FLOW ou FLUX NET DE TRÉSORERIE DISPONIBLE est défini comme la variation de trésorerie nette provenant des activités opérationnelles, diminuée des investissements opérationnels nets.

L'ENDETTEMENT FINANCIER NET est défini comme les dettes financières diminuées de la trésorerie et des équivalents de trésorerie. La dette nette inclut les dérivés de couverture.

ANNEXES

Annexe 1 : Information sectorielle – en données comparables et ajustées*

* Comparable et ajusté = A périmètre et taux de change constant et en excluant l'effet non-récurrent lié aux variations du prix des câbles à base de cuivre et avant amortissement des actifs incorporels reconnus dans le cadre de l'affectation du prix des acquisitions ;

GROUPE

En données comparables et ajustées (M€)	T3 2019	T3 2020	Variation	9m2019	9m2020	Variation
Chiffre d'affaires	3 283,5	3 157,8	-3,8%	10 033,2	9 203,5	-8,3%
<i>en données comparables et à nombre de jours constant</i>			-4,2%			-8,5%

EUROPE

En données comparables et ajustées (M€)	T3 2019	T3 2020	Variation	9m2019	9m2020	Variation
Chiffre d'affaires	1 777,6	1 793,8	+0,9%	5 418,2	5 125,1	-5,4%
<i>en données comparables et à nombre de jours constant</i>			+0,3%			-6,0%
France	661,8	687,0	+3,8%	2 050,3	1 868,4	-8,9%
<i>en données comparables et à nombre de jours constant</i>			+3,9%			-9,4%
Royaume-Uni	180,0	151,8	-15,7%	557,2	448,9	-19,4%
<i>en données comparables et à nombre de jours constant</i>			-17,0%			-20,3%
Allemagne	162,0	178,7	+10,3%	481,2	511,6	+6,3%
<i>en données comparables et à nombre de jours constant</i>			+9,4%			+5,7%
Scandinavie	228,1	229,5	+0,6%	686,2	716,3	+4,4%
<i>en données comparables et à nombre de jours constant</i>			+0,7%			+3,8%

AMERIQUE DU NORD

En données comparables et ajustées (M€)	T3 2019	T3 2020	Variation	9m2019	9m2020	Variation
Chiffre d'affaires	1 208,1	1 053,9	-12,8%	3 762,9	3 236,7	-14,0%
<i>en données comparables et à nombre de jours constant</i>			-12,8%			-13,7%
Etats-Unis	934,9	814,3	-12,9%	2 966,2	2 531,7	-14,6%
<i>en données comparables et à nombre de jours constant</i>			-12,9%			-14,2%
Canada	273,2	239,6	-12,3%	796,6	705,0	-11,5%
<i>en données comparables et à nombre de jours constant</i>			-12,3%			-12,0%

ASIE-PACIFIQUE

En données comparables et ajustées (M€)	T3 2019	T3 2020	Variation	9m2019	9m2020	Variation
Chiffre d'affaires	297,7	310,1	+4,2%	852,2	841,6	-1,2%
<i>en données comparables et à nombre de jours constant</i>			+3,4%			-1,5%
Chine	118,4	134,4	+13,5%	351,0	356,9	+1,7%
<i>en données comparables et à nombre de jours constant</i>			+11,2%			+1,5%
Australie	127,6	126,2	-1,1%	355,3	358,9	+1,0%
<i>en données comparables et à nombre de jours constant</i>			-1,2%			+0,1%
Nouvelle-Zélande	30,7	27,4	-10,7%	83,8	71,3	-14,8%
<i>en données comparables et à nombre de jours constant</i>			-10,7%			-15,3%

Annexe 2 : Effets calendaire, de périmètre et de change sur les ventes

Sur la base des hypothèses suivantes de taux de change moyens :

1 €	=	1,14	USD
1 €	=	1,53	CAD
1 €	=	1,66	AUD
1 €	=	0,89	GBP

et sur la base des acquisitions/cessions réalisées à ce jour, les ventes 2019 doivent prendre en compte les impacts suivants pour être comparables aux ventes 2020 :

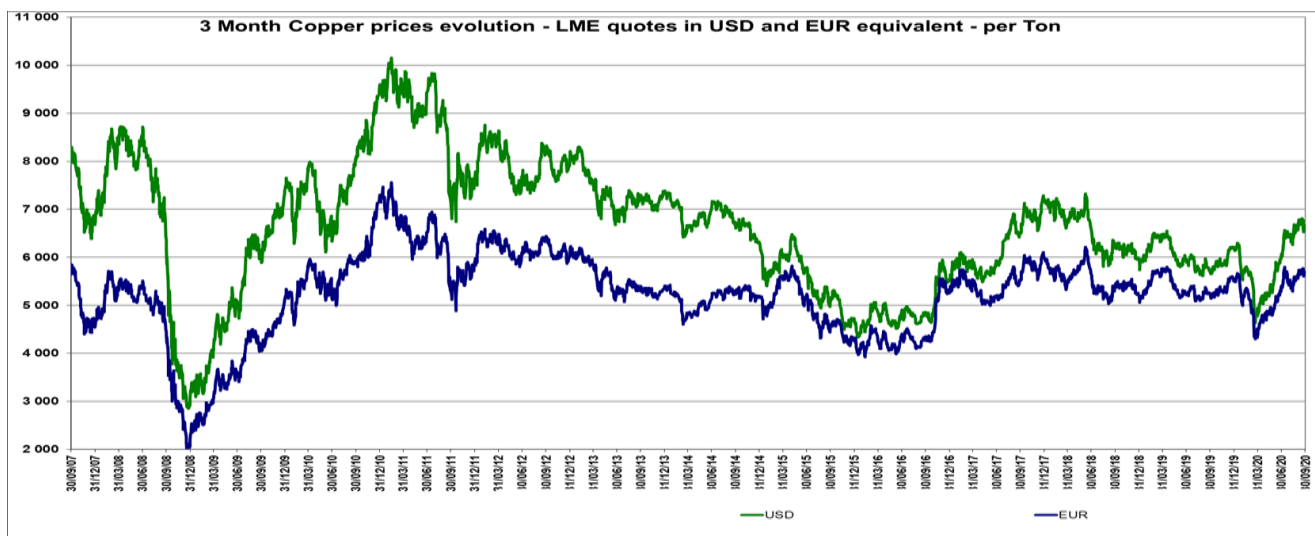
	T1 réel	T2 réel	T3 réel	T4e	Année est
Effet périmètre au niveau Groupe	(20,5)	(65,0)	(58,7)	(55,1)	(201,0)
<i>en % des ventes 2019</i>	<i>-0,6%</i>	<i>-1,9%</i>	<i>-1,7%</i>	<i>-1,6%</i>	<i>-1,5%</i>
Effet change au niveau Groupe	29,8	6,0	(80,0)	(83,4)	(127,7)
<i>en % des ventes 2019</i>	<i>0,9%</i>	<i>0,2%</i>	<i>-2,3%</i>	<i>-2,4%</i>	<i>-0,9%</i>
Effet calendaire au niveau Groupe	0,3%	0,0%	0,4%	1,6%	0,6%
Europe	1,2%	0,1%	0,6%	1,3%	0,8%
USA	-1,5%	0,0%	0,0%	3,4%	0,4%
Canada	1,6%	0,0%	0,0%	0,0%	0,4%
Amérique du Nord	-0,9%	0,0%	0,0%	2,6%	0,4%
Asie	-1,5%	-0,7%	1,7%	-1,2%	-0,5%
Pacifique	1,6%	1,0%	0,0%	-0,2%	0,6%
Asie-Pacifique	-0,1%	0,2%	0,8%	-0,7%	0,1%

Annexe 3 : Analyses des variations des ventes (M€)

T3	Europe	Amérique du Nord	Asie-Pacifique	Groupe
Ventes publiées 2019	1 780,8	1 335,2	306,2	3 422,2
+/- effet de change net	0,0%	-5,4%	-2,8%	-2,3%
+/- Effet de périmètre net	-0,2%	-4,1%	0,0%	-1,7%
= Ventes comparables 2019	1 777,6	1 208,1	297,7	3 283,5
+/- Organique à nombre de jours courant, dont:	0,9%	-12,8%	4,2%	-3,8%
<i>Organique constant hors effet cuivre</i>	0,2%	-13,8%	2,9%	-4,7%
<i>Effet cuivre</i>	0,1%	1,0%	0,5%	0,5%
Organique à nombre de jours constant incluant l'effet cuivre	0,3%	-12,8%	3,4%	-4,2%
<i>Effet calendaire</i>	0,6%	0,0%	0,8%	0,4%
= Ventes publiées 2020	1 793,8	1 053,9	310,1	3 157,8
Variation	0,7%	-21,1%	1,3%	-7,7%

9m	Europe	Amérique du Nord	Asie-Pacifique	Groupe
Ventes publiées 2019	5 425,7	3 918,9	877,0	10 221,7
+/- effet de change net	0,0%	-0,5%	-2,8%	-0,4%
+/- Effet de périmètre net	-0,1%	-3,5%	0,0%	-1,4%
= Ventes comparables 2019	5 418,2	3 762,9	852,2	10 033,2
+/- Organique à nombre de jours courant, dont:	-5,4%	-14,0%	-1,2%	-8,3%
<i>Organique constant hors effet cuivre</i>	-5,7%	-13,5%	-1,9%	-8,3%
<i>Effet cuivre</i>	-0,3%	-0,2%	0,4%	-0,2%
Organique à nombre de jours constant	-6,0%	-13,7%	-1,5%	-8,5%
<i>Effet calendaire</i>	0,6%	-0,3%	0,3%	0,2%
= Ventes publiées 2020	5 125,1	3 236,7	841,6	9 203,5
Variation	-5,5%	-17,4%	-4,0%	-10,0%

Annexe 4 : Evolution du cours du cuivre



USD/t	T1	T2	T3	T4	Année
2018	6 997	6 907	6 139	6 158	6 544
2019	6 219	6 129	5 829	5 916	6 020
2020	5 651	5 389	6 513		
2018 vs. 2017	+20%	+21%	-4%	-10%	+6%
2019 vs. 2018	-11%	-11%	-5%	-4%	-8%
2020 vs. 2019	-9%	-12%	+12%		

€/t	T1	T2	T3	T4	Année
2018	5 693	5 797	5 279	5 395	5 538
2019	5 476	5 454	5 243	5 343	5 377
2020	5 124	4 889	5 574		
2018 vs. 2017	+4%	+12%	-3%	-7%	+1%
2019 vs. 2018	-4%	-6%	-1%	-1%	-3%
2020 vs. 2019	-6%	-10%	+6%		

AVERTISSEMENT

Du fait de son activité de vente de câbles, le Groupe est exposé aux variations du prix du cuivre. En effet, les câbles constituaient environ 15% du chiffre d'affaires du Groupe et le cuivre représente environ 60 % de leur composition. Cette exposition est indirecte dans la mesure où les prix des câbles sont également dépendants des politiques commerciales des fournisseurs et de l'environnement concurrentiel sur les marchés du Groupe. Les variations du prix du cuivre ont un effet estimé dit « récurrent » et un effet estimé dit « non récurrent » sur la performance du Groupe, appréciés dans le cadre des procédures de reporting interne mensuel du Groupe Rexel :

- l'effet récurrent lié aux variations du prix des câbles à base de cuivre correspond à l'effet prix lié au changement de valeur de la part de cuivre incluse dans le prix de vente des câbles d'une période à une autre. Cet effet concerne essentiellement le chiffre d'affaires du Groupe

- l'effet non récurrent lié aux variations du prix des câbles à base de cuivre correspond à l'effet de la variation du coût du cuivre sur le prix de vente des câbles entre le moment où ceux-ci sont achetés et celui où ils sont vendus, jusqu'à complète reconstitution des stocks (effet direct sur la marge brute). En pratique, l'effet non récurrent sur la marge brute est déterminé par comparaison entre le prix d'achat historique des câbles à base de cuivre et le tarif fournisseur en vigueur à la date de la vente des câbles par le Groupe Rexel. Par ailleurs, l'effet non récurrent sur l'EBITA correspond à l'effet non récurrent sur la marge brute qui peut être diminué, le cas échéant, de la part non récurrente de la variation des charges administratives et commerciales.

L'impact de ces deux effets est évalué, dans la mesure du possible, sur l'ensemble des ventes de câbles de la période par le Groupe. Les procédures du Groupe Rexel prévoient par ailleurs que les entités qui ne disposent pas des systèmes d'information leur permettant d'effectuer ces calculs sur une base exhaustive doivent estimer ces effets sur la base d'un échantillon représentant au moins 70 % des ventes de la période, les résultats étant ensuite extrapolés à l'ensemble des ventes de câbles de la période par l'entité concernée. Compte tenu du chiffre d'affaires couvert, le Groupe Rexel considère que l'estimation de l'impact de ces deux effets ainsi mesurée est raisonnable.

Ce document peut contenir des données prévisionnelles. Par leur nature, ces données prévisionnelles sont soumises à divers risques et incertitudes (y compris ceux décrits dans le document d'enregistrement universel enregistré auprès de l'AMF le 9 mars 2020 sous le n°D.20-0111 et son amendement enregistré auprès de l'AMF le 11 mai 2020 sous le n° D. 20-0111-A01). Aucune garantie ne peut être donnée quant à leur réalisation. Les résultats opérationnels, la situation financière et la position de liquidité de Rexel pourraient différer matériellement des données prévisionnelles contenues dans ce communiqué. Rexel ne prend aucun engagement de modifier, confirmer ou mettre à jour ces prévisions dans le cas où de nouveaux événements surviendraient après la date de ce communiqué, sauf si une réglementation ou une législation l'y contraint.

Les données de marché et sectorielles ainsi que les informations prospectives incluses dans ce document ont été obtenues à partir d'études internes, d'estimations, auprès d'experts et, le cas échéant, à partir d'études de marché externes, d'informations publiquement disponibles et de publications industrielles. Rexel, ses entités affiliées, dirigeants, conseils et employés n'ont pas vérifié de manière indépendante l'exactitude de ces données de marché et sectorielles ou de ces informations prospectives, et aucune déclaration et garantie n'est fournie relativement à ces informations et informations prospectives, qui ne sont fournies qu'à titre indicatif.

Ce document n'inclut que des éléments résumés et doit être lu avec le document d'enregistrement universel de Rexel, déposé auprès de l'AMF le 9 mars 2020 sous le n° D.20-0111, son amendement enregistré auprès de l'AMF le 11 mai 2020 sous le n° D. 20-0111-A01 ainsi que les états financiers consolidés et le rapport de gestion pour l'exercice 2019, disponibles sur le site internet de Rexel (www.rexel.com).