

Lumière sur

LES ESSENTIELS
2018-2019

REXEL

un monde d'énergie

SOMMAIRE

1

REXEL EN ORDRE DE MARCHÉ

Un tournant dans la transformation de Rexel
Le recentrage sur les marchés clés

2

DES SERVICES PERSONNALISÉS

Proximité
Projets
Spécialité

3

UNE EXPÉRIENCE CLIENT OMNISCANALE

Une offre omniscanale complète et fluide
L'expérience client
Tout un monde d'échanges

4

LA TRANSFORMATION DIGITALE

La donnée, outil de pilotage stratégique
Le partage des infrastructures IT
Une logistique puissante et performante

5

DES COLLABORATEURS ENGAGÉS

Recrutement et mobilité
La formation, clé de voûte de l'évolution des collaborateurs
La dynamique du changement
L'engagement des collaborateurs

6

LES ENGAGEMENTS DÉVELOPPEMENT DURABLE

La maîtrise de l'énergie au cœur du modèle
La lutte contre le réchauffement climatique
L'éthique au cœur de la responsabilité d'entreprise
La performance environnementale

7

LA SOLIDARITÉ ÉNERGÉTIQUE

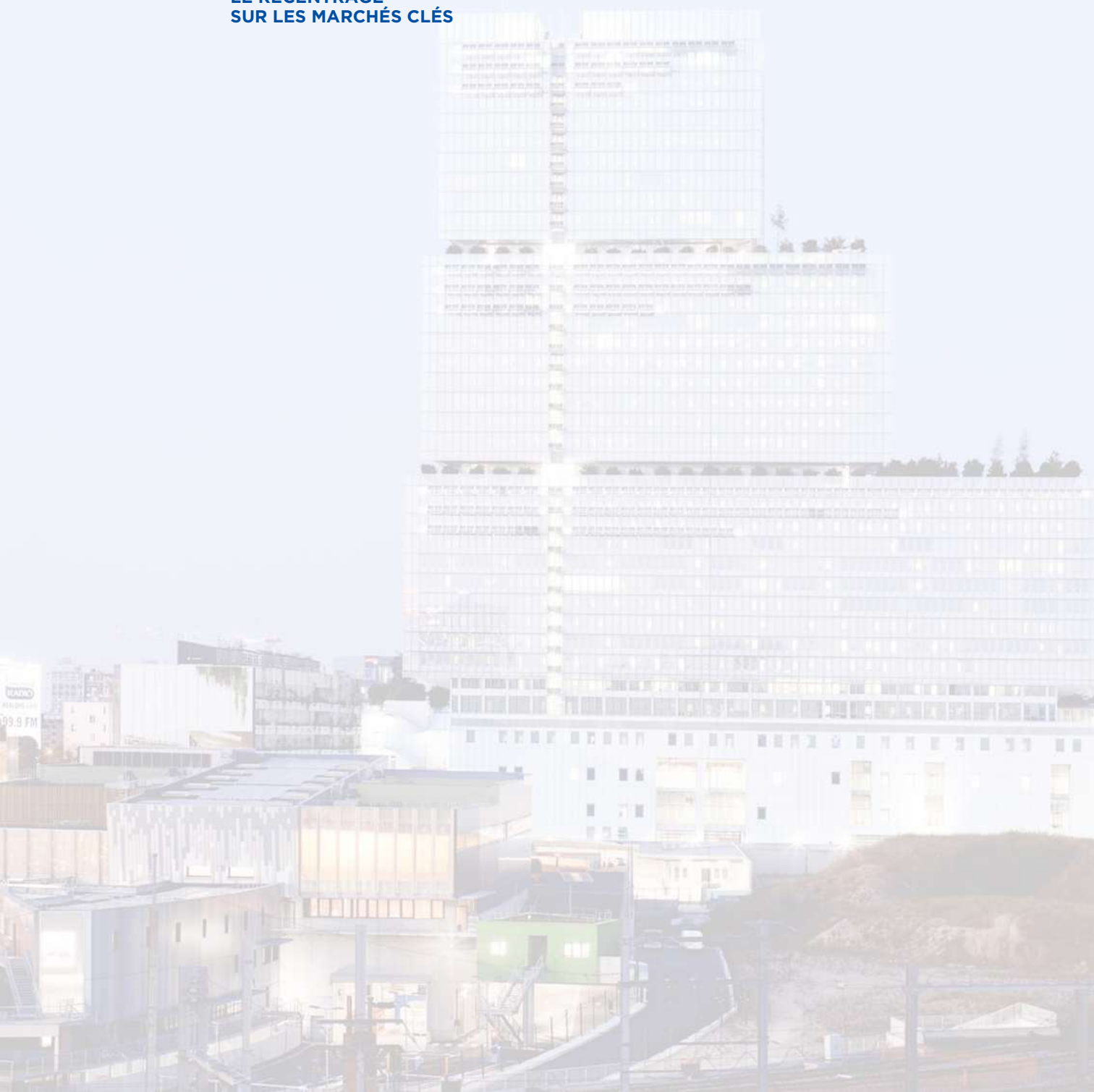
Partager le progrès énergétique
Améliorer l'accès des plus démunis à l'efficacité énergétique
Le soutien aux entrepreneurs sociaux
Le partage des connaissances
L'innovation autrement

1

REXEL EN ORDRE DE MARCHÉ

UN TOURNANT
DANS LA TRANSFORMATION DE REXEL

LE RECENTRAGE
SUR LES MARCHÉS CLÉS



Lumière sur...
Carte blanche à Frédéric Delangle
Tirage limité à 500 exemplaires
Septembre 2019





2

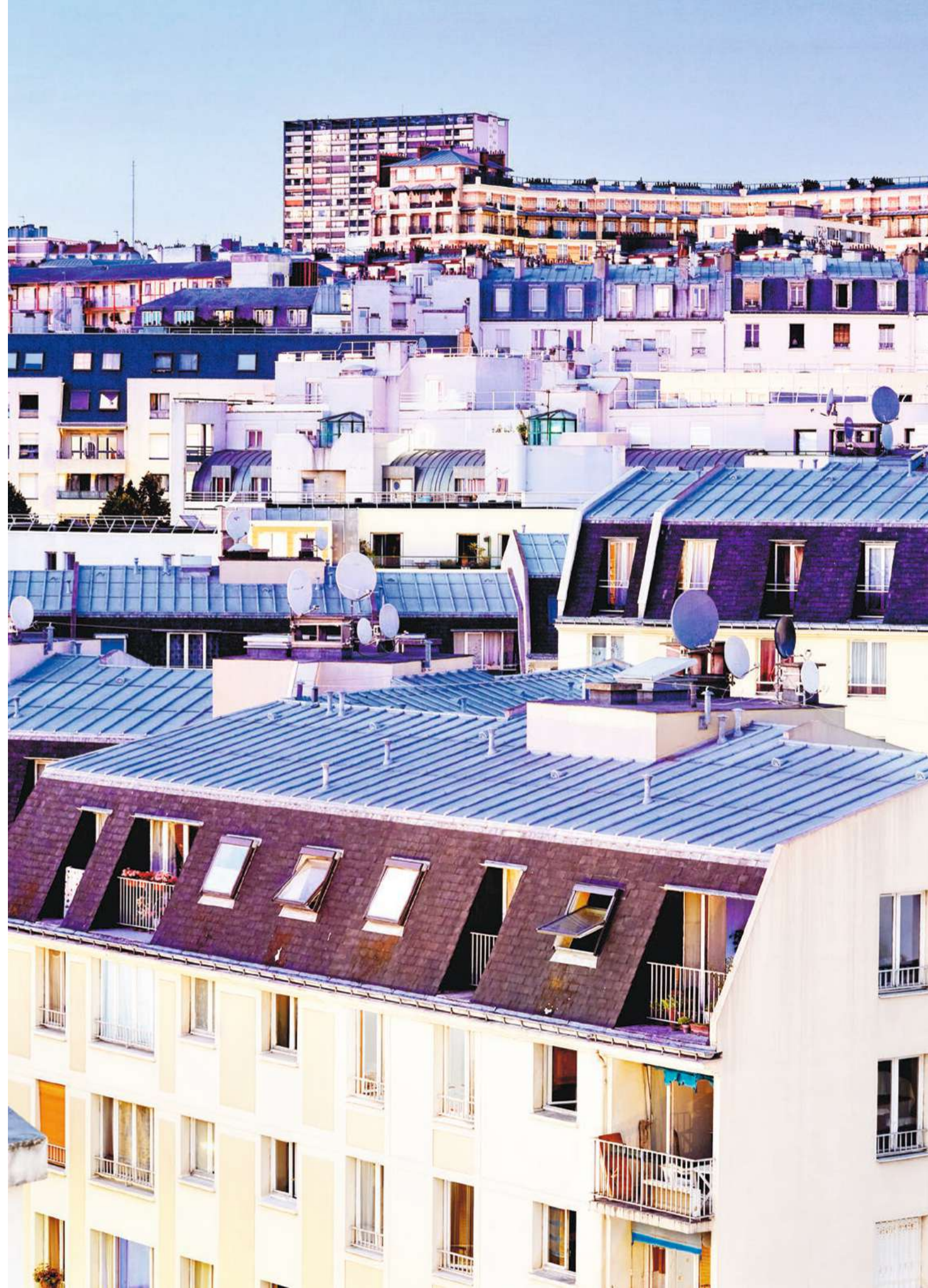
DES SERVICES PERSONNALISÉS

PROXIMITÉ

PROJETS

SPÉCIALITÉ

Lumière sur...
Carte blanche à Frédéric Delangle
Tirage limité à 500 exemplaires
Septembre 2019



A background image showing a hillside covered in dense green trees. At the top of the hill, several houses with red and grey roofs are visible. In the foreground, there is a fenced-in area that appears to be a sports field or playground, with a basketball hoop visible on the right side.

3 —

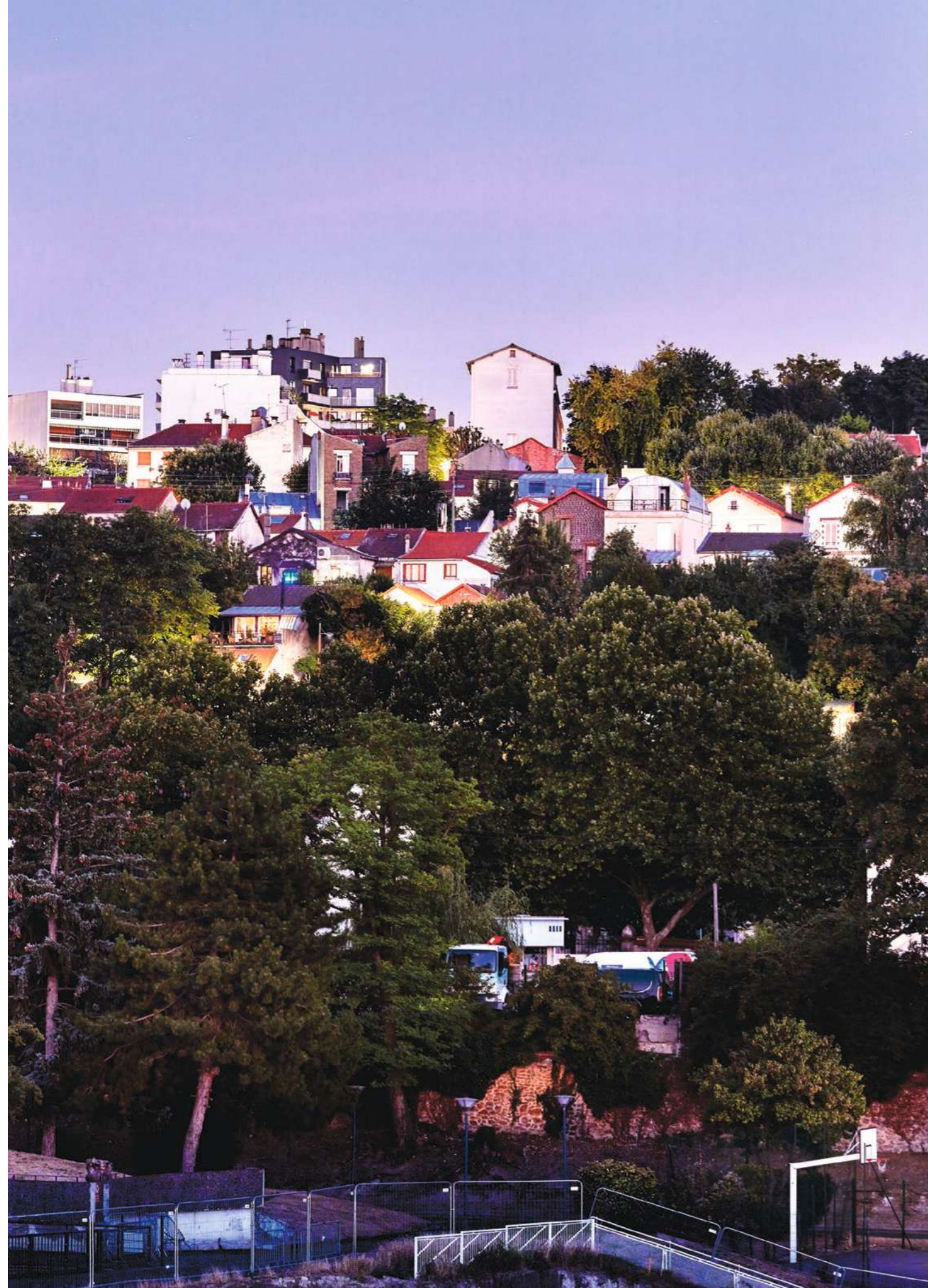
UNE EXPÉRIENCE CLIENT OMNISCANALE

UNE OFFRE OMNISCANALE COMPLÈTE ET FLUIDE

L'EXPÉRIENCE CLIENT

TOUT UN MONDE D'ÉCHANGES

Lumière sur...
Carte blanche à Frédéric Delangle
Tirage limité à 500 exemplaires
Septembre 2019



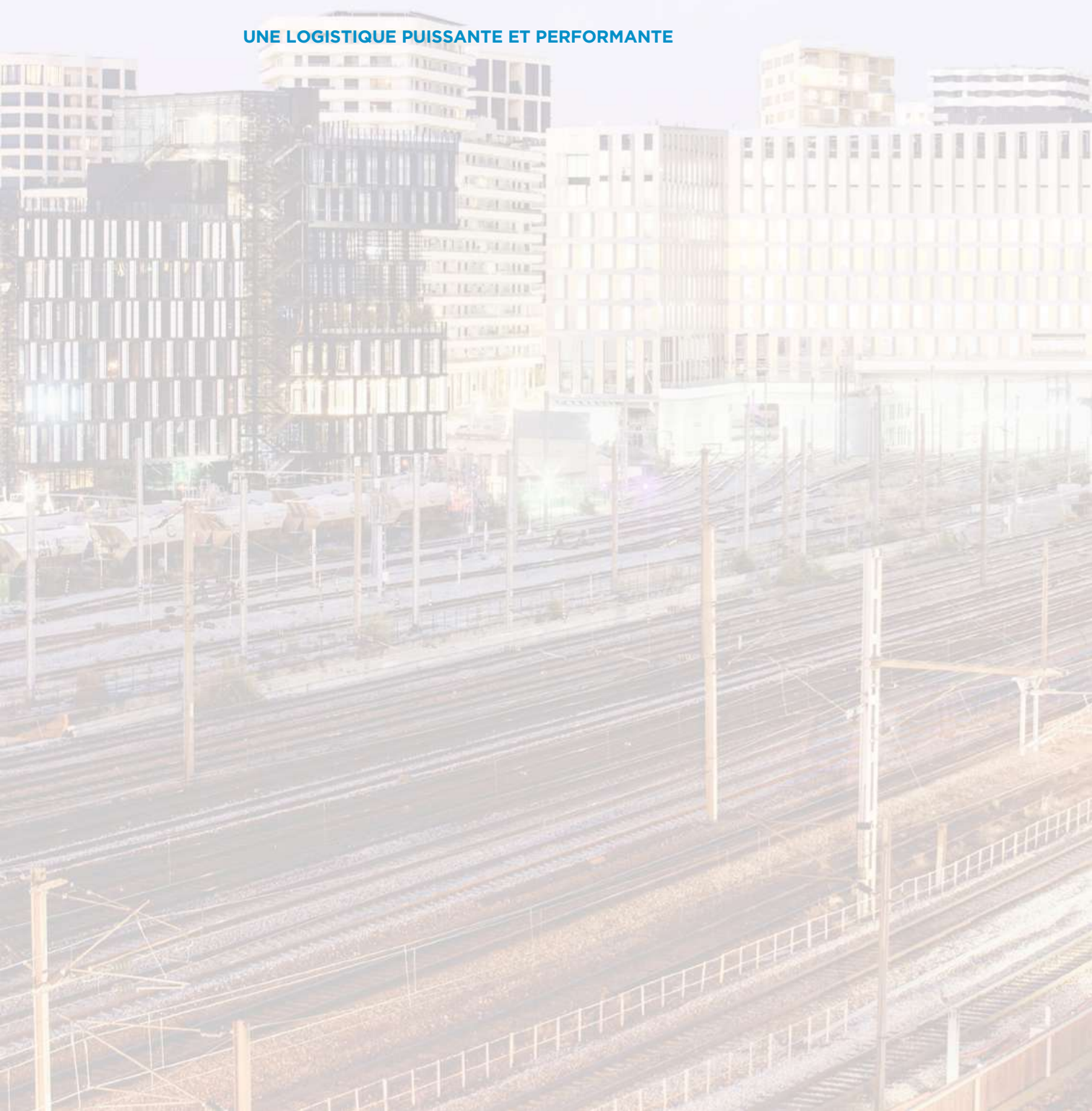
4

LA TRANSFORMATION DIGITALE

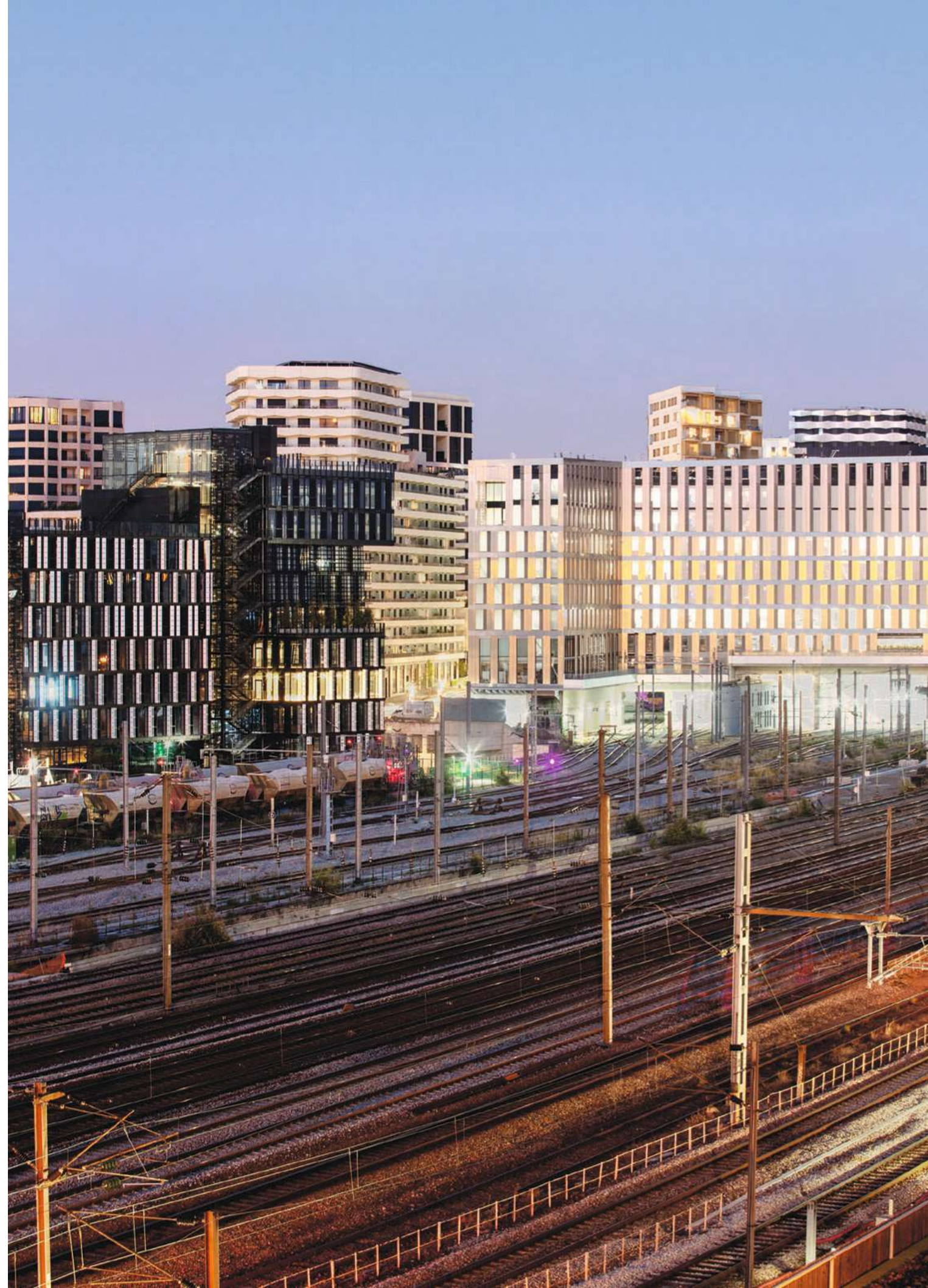
LA DONNÉE, OUTIL DE PILOTAGE STRATÉGIQUE

LE PARTAGE DES INFRASTRUCTURES IT

UNE LOGISTIQUE PUISSANTE ET PERFORMANTE



Lumière sur...
Carte blanche à Frédéric Delangle
Tirage limité à 500 exemplaires
Septembre 2019





5

DES COLLABORATEURS ENGAGÉS

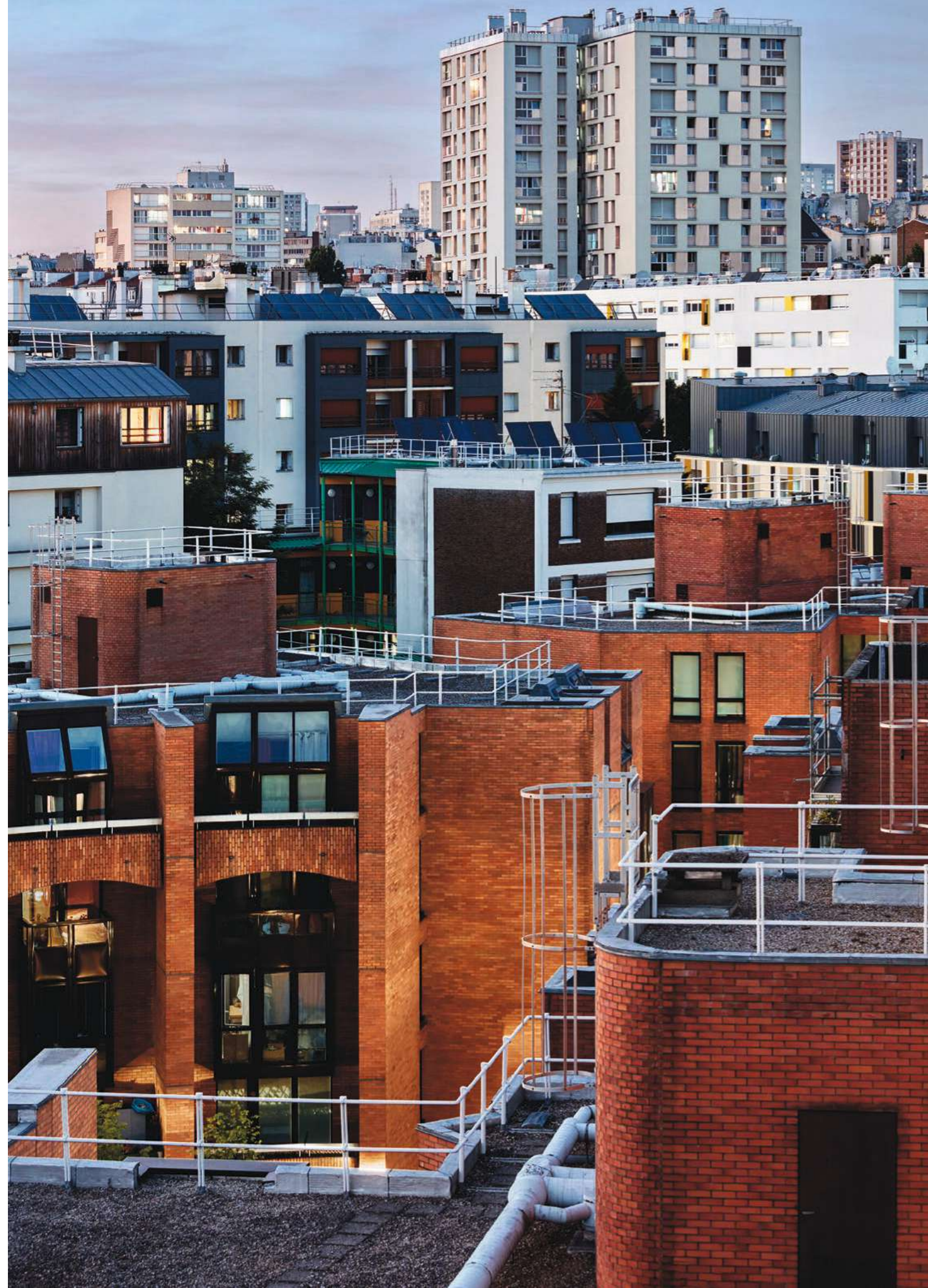
RECRUTEMENT ET MOBILITÉ

LA FORMATION, CLÉ DE VOÛTE DE L'ÉVOLUTION
DES COLLABORATEURS

LA DYNAMIQUE DU CHANGEMENT

L'ENGAGEMENT DES COLLABORATEURS

Lumière sur...
Carte blanche à Frédéric Delangle
Tirage limité à 500 exemplaires
Septembre 2019



6

LES ENGAGEMENTS DÉVELOPPEMENT DURABLE

LA MAÎTRISE DE L'ÉNERGIE AU CŒUR DU MODÈLE

LA LUTTE CONTRE LE RÉCHAUFFEMENT CLIMATIQUE

L'ÉTHIQUE AU CŒUR DE LA RESPONSABILITÉ D'ENTREPRISE

LA PERFORMANCE ENVIRONNEMENTALE



Lumière sur...
Carte blanche à Frédéric Delangle
Tirage limité à 500 exemplaires
Septembre 2019





7

LA SOLIDARITÉ ÉNERGÉTIQUE

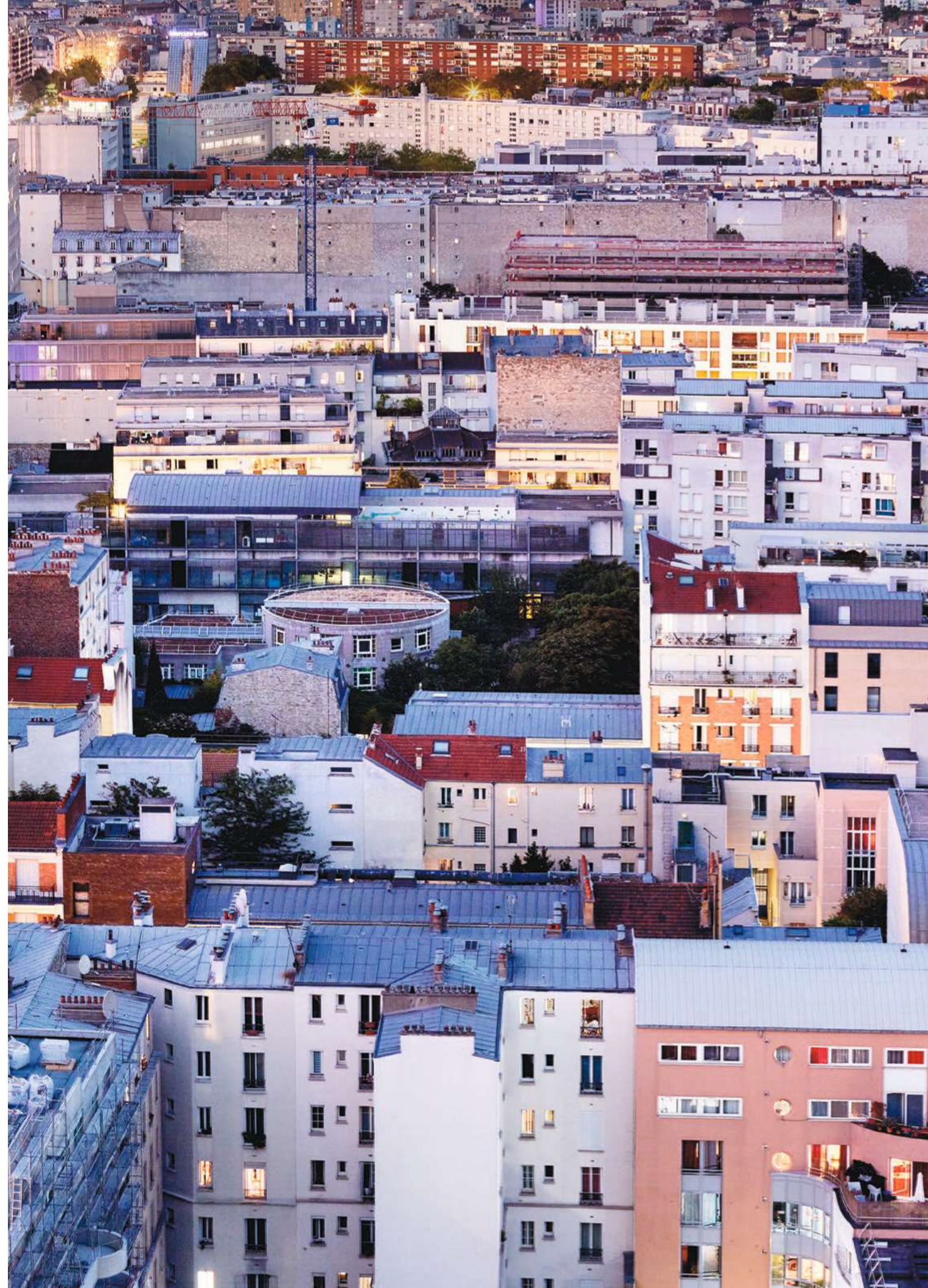
PARTAGER LE PROGRÈS ÉNERGÉTIQUE

AMÉLIORER L'ACCÈS DES PLUS DÉMUNIS
À L'EFFICACITÉ ÉNERGÉTIQUE

LE SOUTIEN AUX ENTREPRENEURS SOCIAUX

LE PARTAGE DES CONNAISSANCES

L'INNOVATION AUTREMENT





1

REXEL EN ORDRE DE MARCHÉ

UN TOURNANT DANS LA TRANSFORMATION DE REXEL

Perform & Transform

Approfondir la transformation digitale

LE RECENTRAGE SUR LES MARCHÉS CLÉS

La régionalisation américaine

La réorganisation en Europe

Implantations

1

REXEL EN ORDRE DE MARCHÉ

L'année 2018 marque un tournant dans la transformation de Rexel. Le Groupe a atteint ses objectifs stratégiques en termes de croissance des ventes, de rentabilité et de désendettement. Rexel a finalisé son programme de cession d'actifs pour se recentrer sur ses principaux marchés. Son déploiement omnicanal s'est accéléré avec une forte progression de ses ventes digitales. Parallèlement, le Groupe continue d'assumer pleinement ses responsabilités sociétales avec un investissement important dans le recrutement de nouveaux talents, la formation de ses collaborateurs, un engagement reconnu en faveur du climat et une approche renouvelée de la solidarité énergétique.

1

UN TOURNANT
DANS LA
TRANSFORMATION
DE REXEL

PERFORM & TRANSFORM

Avec une nouvelle année de croissance profitable, le Groupe a atteint les objectifs qu'il s'était fixés. Il démontre une nouvelle fois la force de son modèle économique et la pertinence de sa feuille de route stratégique, lancée début 2017. Celle-ci s'inscrit dans une double démarche : performer et transformer. Rexel a su avancer sur ces deux fronts au cours de l'année écoulée.

Le Groupe est passé d'un positionnement de distributeur qui tirait sa force d'une logistique irréprochable et s'était majoritairement construit sur des acquisitions, à un modèle intégrant des **services à forte valeur ajoutée via, notamment, une approche omnicanale.**

Ce changement de cap majeur, qui répond aux attentes des marchés, a permis à Rexel de conforter sa position, de relancer sa croissance et d'améliorer sa rentabilité.

C'est le socle sur lequel le Groupe a bâti sa stratégie à moyen et à long terme pour réussir sa seconde mutation, celle d'une entreprise pilotée par la donnée. Rexel a pour ambition de poursuivre la **transformation de son modèle pour devenir une référence des services et de l'utilisation des données** dans son secteur.

Tout en lançant cette transformation, le Groupe réaffirme les fondamentaux qui lui ont permis de retrouver le chemin de la croissance et de la rentabilité, notamment grâce à **des accélérateurs, tels que la mise en œuvre de sa feuille de route « Plus de clients & Plus de références »**, une allocation du capital adaptée à ses priorités et l'amélioration de la performance opérationnelle et financière.

« Rexel est confiant dans sa capacité à continuer d'améliorer ses performances et à jouer un rôle d'acteur majeur dans la transformation structurelle de la distribution électrique »

PATRICK BERARD,
Directeur Général de Rexel.



4800

RECRUTEMENTS, PARCE QUE LA TRANSFORMATION DU GROUPE REPOSE SUR LES TALENTS ET L'ENGAGEMENT DE SES COLLABORATEURS.

FORMATION

92 %

de l'effectif formé, parce que la formation est essentielle à l'évolution des collaborateurs.

13,37

MILLIARDS D'EUROS DE CHIFFRE D'AFFAIRES EN 2018.

+2

milliards d'euros de ventes digitales : une forte progression qui s'accompagne de l'accroissement du nombre de clients multicanaux.

1

UN TOURNANT
DANS LA
TRANSFORMATION
DE REXEL



APPROFONDIR
LA TRANSFORMATION DIGITALE

La seconde étape de la transformation du modèle économique de Rexel est celle du pilotage par la donnée. Il s'agit d'exploiter des données pertinentes pour prendre des décisions objectives basées sur des faits et des analyses, et non simplement sur des convictions ou des expériences, afin d'améliorer la satisfaction des clients et la performance de l'entreprise.

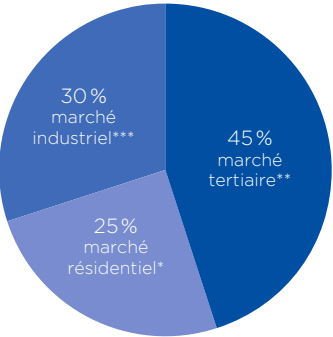
À l'ère de la gestion et de l'utilisation de la donnée, et dans un environnement toujours plus concurrentiel, la réussite de cette opération est essentielle pour l'avenir du Groupe.

La transformation digitale de Rexel se décline suivant trois axes :

- **l'enrichissement du parcours client** via l'utilisation de la masse de données dont dispose déjà Rexel afin de simplifier et fluidifier l'expérience client. Les initiatives dont l'impact client est le plus important seront gérées en priorité;
- **le développement et la généralisation d'une offre d'analyse de données pour les fournisseurs** : le fournisseur qui y souscrit reçoit alors des informations factuelles sur son positionnement de marché, son offre omnicanale et son taux de conversion digitale par catégorie de produits;
- **l'amélioration de la performance**, avec la mise en place de cas d'usages basés sur l'utilisation d'algorithmes recourant à l'intelligence artificielle. Rexel a déterminé en première approche une liste de cas d'usages potentiels adaptés à son activité. Le Groupe déploie aujourd'hui trois de ces cas, deux pour améliorer l'efficacité de la gestion du portefeuille client, le troisième relatif aux stocks.

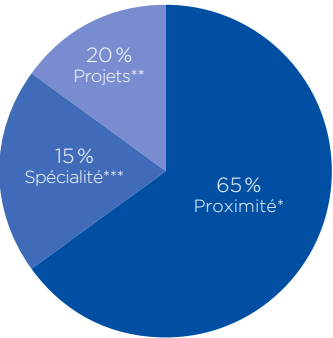
LA SEGMENTATION
DES MARCHÉS
ET DES CLIENTS

Le modèle économique de Rexel évolue vers une proposition de produits et services plus segmentée et mieux adaptée aux besoins et aux attentes des clients. L'approche est différenciée selon les marchés et les typologies d'offres de produits et de services. Rexel s'adresse à trois marchés finaux :



* Le marché résidentiel (25 % du chiffre d'affaires en 2018) recouvre essentiellement l'utilisation de matériel électrique dans les habitations, les complexes immobiliers, les immeubles et les logements publics, dans le cadre de leur construction, extension, rénovation ou mise aux normes.
** Le marché tertiaire (45 %) recouvre l'utilisation de matériel électrique dans les magasins, établissements de santé, écoles, bureaux, hôtels, équipements collectifs, ainsi que dans les installations de production d'énergie, les réseaux publics et les infrastructures de transport, dans le cadre de leur construction, extension, maintenance, rénovation ou mise aux normes.
*** Le marché industriel (30 %) recouvre l'utilisation de matériel électrique dans les usines et autres sites industriels, soit dans le cadre de leur construction ou de leur extension, soit dans celui de leur maintenance, de leur rénovation ou de leur mise aux normes.

Sur chacun de ces marchés, Rexel offre des produits et services différenciés en fonction des besoins de ses clients, segmentés en trois propositions de valeur :



* Une proposition de valeur de « Proximité » (représentant environ 65 % des ventes du Groupe), basée sur une présence renforcée par la densité de couverture des agences et des comptoirs, une approche omnicanale systématique et une amélioration continue du niveau de service.
** Une proposition de valeur de « Projets » (représentant environ 20 % des ventes du Groupe), basée sur un processus d'offre de produits et solutions spécifiques supportée par un catalogue de services à destination de projets industriels ou commerciaux.
*** Une proposition de valeur de « Spécialité » (représentant environ 15 % des ventes du Groupe) au travers d'une capacité à conseiller et satisfaire des clientèles aux besoins très spécifiques sur des produits et solutions typés.

1_

LE RECENTRAGE SUR LES MARCHÉS CLÉS



Rexel a fait évoluer son empreinte géographique pour asseoir une croissance forte, durable et rentable. Cette nouvelle géographie a permis de consolider le développement et de renforcer la structure financière, dégageant ainsi de nouvelles marges de manœuvre pour accélérer les investissements ou, le cas échéant, réaliser des acquisitions sélectives.

4 801

millions d'euros
de chiffre d'affaires
en 2018 aux États-Unis,
+ 6,6 % vs 2017.

LA RÉGIONALISATION AMÉRICAINE

La nouvelle stratégie américaine de Rexel a permis d'accélérer la croissance des ventes et d'améliorer la rentabilité. Depuis un peu plus d'un an, le chantier de la réorganisation a été mené sur trois fronts :

- **la densification du réseau de proximité**, avec l'ouverture de 52 agences à fin mars 2019 et un plan d'extension et de rénovation des agences en cours sur l'ensemble des territoires ;
- **l'amélioration du service** grâce notamment à une offre produits plus large et mieux adaptée aux besoins des clients ;
- **la régionalisation**, avec une activité organisée autour de huit régions, remplaçant une approche nationale par enseignes, afin d'améliorer la relation client et d'extraire des synergies.

Le marché américain reste fragmenté, avec moins de 30 % pour les cinq premiers acteurs. Mais **les activités sont davantage consolidées au niveau des États, qui sont à la bonne échelle pour atteindre la rentabilité**. L'exemple de Platt, basé dans l'Oregon et acquis en 2012, en est l'illustration : ses activités de proximité disposent de parts de marché conséquentes, son organisation logistique est extrêmement performante, sa marque bénéficie d'une notoriété solide et sa rentabilité est supérieure à la moyenne du pays.

Dans ce contexte, la réorganisation menée par Rexel devrait continuer à générer une meilleure efficacité opérationnelle, des gains de parts de marché et une amélioration de ses marges.

LA RÉORGANISATION EN EUROPE

Rexel réalise 55 % de son chiffre d'affaires en Europe, où il bénéficie d'une position favorable en termes de parts de marché dans la plupart des pays. Pour conforter son assise et améliorer sa rentabilité dans cette zone stratégique, le Groupe a réorganisé ses activités dans plusieurs pays.

En Allemagne, Rexel avait une part de marché de 10 %, soit un niveau inférieur à celui des autres pays européens. Le Groupe a ainsi décidé de concentrer sa stratégie sur des marchés plus rentables tels que l'industrie au niveau national ou les marchés de la construction dans le sud du pays. Cette réorganisation s'est traduite par la fermeture de 17 des 55 agences ainsi que par la rationalisation des coûts de siège et de logistique. Cette rationalisation a pour objectif d'augmenter la rentabilité du pays et de renforcer la position de l'Allemagne comme l'un des pays leaders du Groupe en matière d'industrie, y compris d'industrie 4.0.

En Espagne, Rexel a fermé 15 agences et fait évoluer sa structure opérationnelle en passant d'un modèle de centre logistique unique à un modèle régionalisé d'agences mères et d'agences satellites.

Au Royaume-Uni, le Groupe a fusionné ses enseignes commerciales, passant de cinq (Newey & Eyre, WF Senate, Wilts, Parker et Denmans) à deux (Rexel et Denmans). Cette opération a permis d'améliorer ses conditions d'achat et l'efficacité de son back-office. Elle s'est accompagnée d'une restructuration géographique avec la fermeture de 33 agences en 2018.

23,1 %

DE MARGE BRUTE (USA + CANADA)
EN % DU CHIFFRE D'AFFAIRES
EN 2018, EN CROISSANCE
DE 41 POINTS DE BASE PAR
RAPPORT À 2017.

38% DES VENTES

La France est le premier marché européen du Groupe, représentant 38 % de ses ventes sur la zone. Elle a fait fortement évoluer son profil digital : les ventes digitales ont en effet augmenté de 47 % en 2018. Rexel France se positionne aussi en pionnier de la transformation digitale, que ce soit pour la personnalisation des sites marchands, l'optimisation des procédures du back-office, les systèmes d'aide à la vente ou l'utilisation de l'intelligence artificielle et des modèles prédictifs.

MARS 2018

Pour accélérer son développement sur le segment industriel en Allemagne, Rexel a signé en mars 2018 un partenariat avec Siemens. L'accord consacre le développement d'une plateforme qui se concentrera sur les services digitaux et les solutions IoT. Rexel Industrial Solutions GmbH devient membre de la communauté d'utilisateurs de MindSphere World, le système d'exploitation ouvert basé sur le Cloud de Siemens.

ASIE-PACIFIQUE 9%

En 2018, la région APAC représentait 9 % du chiffre d'affaires de Rexel. Le périmètre du Groupe a été sensiblement modifié par la cession de ses activités non industrielles en Chine, ainsi que par son retrait total d'Asie du Sud-Est (Thaïlande, Indonésie, Singapour, Vietnam, Philippines, Macao et Malaisie). Aujourd'hui, la présence de Rexel est fortement concentrée sur le marché industriel, avec des implantations en Chine (dont Hong Kong), en Australie, en Nouvelle-Zélande, en Inde, en Arabie saoudite et dans les Émirats arabes unis.



1_

LE RECENTRAGE SUR LES MARCHÉS CLÉS

TROIS QUESTIONS À JACKIE FAULK, Rexel Florida Regional President

Comment se positionne Rexel en Floride ?

La Floride constitue l'un des marchés où le taux de croissance des ventes est le plus élevé. En 2018, nous avons dépassé tous nos objectifs et enregistré une croissance à deux chiffres, supérieure à celle de nos concurrents. Notre part de marché est d'environ 10 %, avec une présence équilibrée sur le résidentiel, le tertiaire - très dynamique avec les parcs à thème - et l'industrie.

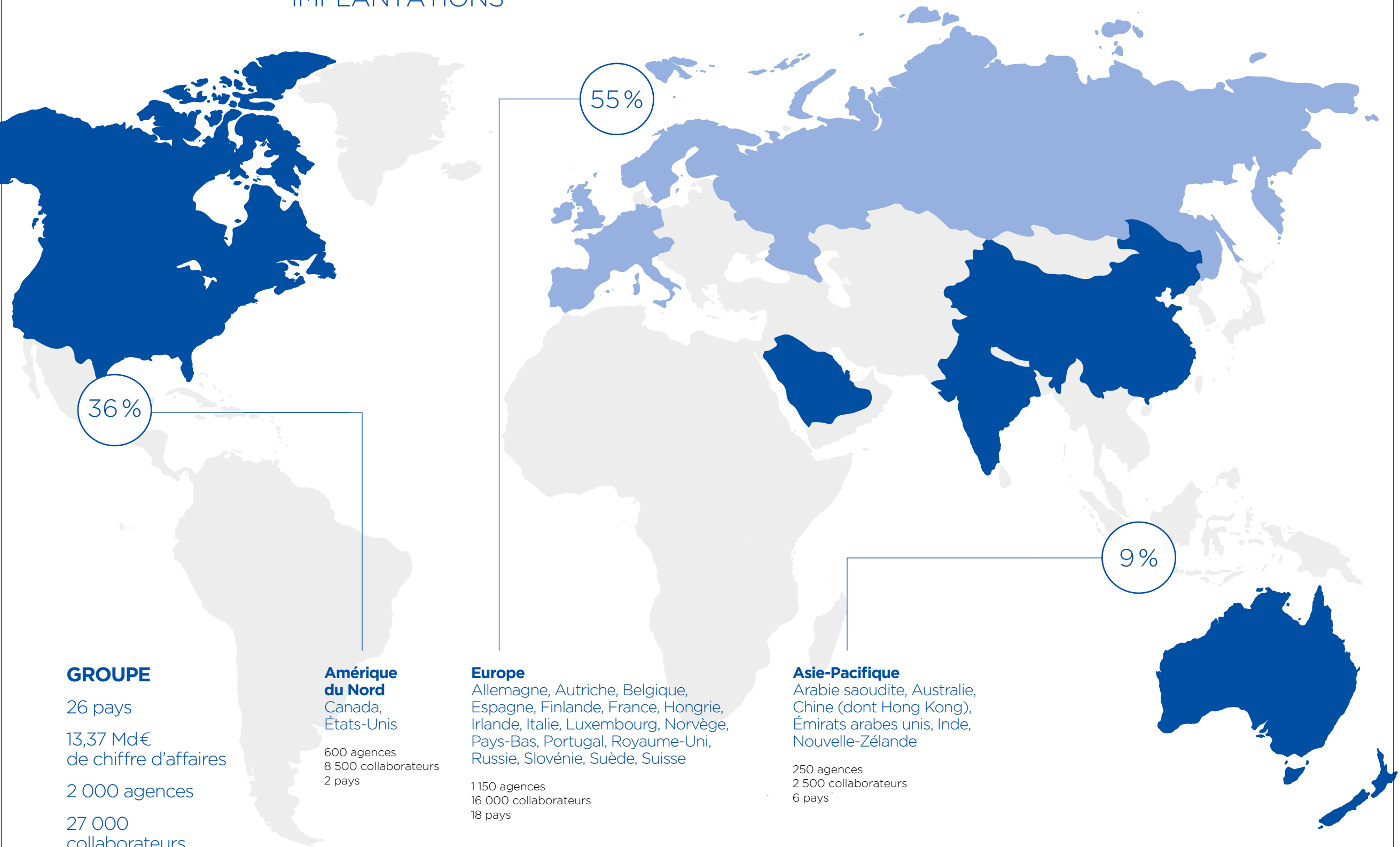
Quel a été l'impact de la réorganisation ?

La Floride compte un total de 23 implantations et un centre d'expertise, soit 18 agences Rexel, dont quatre ouvertes en 2017, et cinq agences Gexpro. Nous nous sommes d'abord attachés à mettre toutes les agences à niveau en termes de stocks, de produits, de merchandising, de logistique et de services. Le principal défi a résidé dans la formation des collaborateurs, pour laquelle nous avons beaucoup investi. 2018 a donc été une année de remise en ordre et d'accélération pour acquérir plus de clients, vendre plus de références, tout en augmentant la part des ventes en ligne. En 2019, nous passons à la vitesse supérieure.

Quelles sont les perspectives ?

Nous avons un business équilibré, en bonne santé et prometteur. La réorganisation a unifié et clarifié les objectifs et les approches commerciales, notamment pour l'enseigne Gexpro, qui fonctionnait jusqu'à présent principalement sur la proposition de valeur « Projets », et très peu - voire pas du tout - sur la proposition de valeur « Proximité », du fait de son positionnement sur un marché spécifique. Ma mission est claire : devenir leader du marché en Floride. La stratégie mise en œuvre depuis 2017 est un succès, parce qu'elle repose sur l'unicité et la continuité du leadership, de la culture et des objectifs. L'accent, qui est mis sur le développement d'une relation client plus digitale et omnicanale, renforce l'accélération de notre activité commerciale jusqu'à 2020 et au-delà. Parce qu'elle est guidée par une meilleure connaissance des clients, la prise de décision est ainsi plus rapide et plus pertinente, et l'expérience client s'en trouve améliorée.

REPÈRES / IMPLANTATIONS



TROIS QUESTIONS À NATASJA VAN BALKEN, Directrice Marketing et Pricing, Rexel Asie-Pacifique

Quelles sont les orientations stratégiques de Rexel dans la région ?

Les marchés de Rexel en Asie-Pacifique sont d'une nature très différente des marchés européens ou nord-américains. En Chine et en Inde, nous sommes bien ancrés sur le marché de l'automatisation industrielle, où nous travaillons en étroite collaboration avec les fournisseurs leaders que sont Siemens, Rockwell, Schneider et ABB. En Australie et en Nouvelle-Zélande, nos marchés sont plus proches de ceux de Rexel en Europe, avec une forte représentation des petits et moyens installateurs. Le Moyen-Orient est traditionnellement un marché favorable aux grands projets internationaux, mais son caractère très cyclique nous a incités à développer par ailleurs des activités de distribution plus classiques avec les fournisseurs stratégiques du Groupe.

Quels ont été les faits marquants en 2018 ?

En Australie et en Nouvelle-Zélande, nos efforts ont surtout porté sur l'amélioration des services auprès de nos principaux clients, la rénovation des agences, la disponibilité quotidienne des produits grâce à notre réseau d'agences et la consolidation des partenariats avec nos fournisseurs stratégiques. En Chine, une collaboration étroite avec des fournisseurs clés nous a permis de développer de nouvelles offres sur ce marché et de remporter une belle réussite digitale avec la mise en place d'une solution de contrôle de la gestion industrielle (Industrial Management Control Solution). En Inde, nous avons encore renforcé nos activités dans le nord et l'ouest du pays et décroché plusieurs gros contrats MRO (Maintenance, Repair and Operations). Au Moyen-Orient, le projet phare reste le chantier d'approvisionnement de Liwa, à Oman, un vapocraqueur en cours de construction dans une zone très isolée.

Quelle est la clé de la réussite commune à tous ces projets ?

L'expertise et l'engagement des équipes sont essentiels et l'intensification des efforts de formation dans toute la zone y est sûrement pour quelque chose. En Australie et en Nouvelle Zélande, par exemple, nous avons accéléré les formations menées conjointement avec nos fournisseurs auprès de nos collaborateurs et de nos clients. L'Australie a lancé un programme de formation très suivi pour les futurs leaders ainsi que des ateliers « Boot camps » pour les responsables d'agence.

Chiffres au 31/12/2018.



2

DES SERVICES PERSONNALISÉS

PROXIMITÉ

Accessibilité et disponibilité

PROJETS

Gérer la complexité des projets

Optimiser l'approvisionnement des chantiers

SPÉCIALITÉ

Des savoir-faire experts sur des marchés spécialisés

Encourager la mobilité électrique

Des filiales et des services spécialisés

2

DES SERVICES PERSONNALISÉS



Rexel veut offrir une expérience individualisée à chacun de ses clients. Grâce aux données issues de leurs profils et de leurs contacts avec tous les canaux de distribution du Groupe, ils bénéficient de recommandations personnalisées.

2__
PROXIMITÉ
—

ACCESSIBILITÉ ET DISPONIBILITÉ

Sur le marché résidentiel comme sur le marché tertiaire, le principal enjeu pour Rexel est de fournir aux professionnels les produits dont ils ont besoin, dès qu'ils en ont besoin et là où ils en ont besoin.

Si les canaux digitaux prennent une importance croissante pour s'informer sur les produits et les commander, l'agence reste le pivot des services de proximité pour nombre d'entre eux. **Les 2 000 agences des 26 pays du Groupe offrent plus de 4 000 produits disponibles immédiatement, 50 000 à J+1**, ainsi qu'une assistance technique et professionnelle.

La démarche de proximité n'est pas l'apanage des petits installateurs ou des électriciens. Pour les grands comptes internationaux, les implantations de Rexel dans 26 pays constituent un atout supplémentaire, voire décisif, tant pour **conduire un chantier dans un pays donné que pour approvisionner et gérer les stocks de leurs filiales** ou encore les aider dans la préparation des appels d'offres.

FRANCE
800

Dans le domaine de la multiénergie, Rexel France propose 800 références disponibles immédiatement dans 55 agences et 5 000 références disponibles à J+1 dans les centres logistiques régionaux.



Lockers

Accessibles 24 h/24 avec un code personnel, ces conteneurs de différentes tailles sont généralement installés dans les agences, sous surveillance vidéo. Les commandes passées avant 19 h y sont placées avant le lendemain matin à 5 h.



Smart
Van

Cette camionnette intelligente associe un véhicule en location longue durée, du matériel, une application mobile et des services dédiés. Le véhicule est aménagé avec un assortiment standard de produits, complété par le client en fonction de ses besoins. Chaque fois que l'installateur utilise un produit, il scanne le code-barres avec son smartphone et le réassortiment se fait automatiquement dans l'agence de son choix. L'application comprend d'autres fonctionnalités : la géolocalisation du véhicule, la localisation des stations d'entretien, le pilotage de la consommation d'essence.

ÉTATS-UNIS
52

NOUVELLES AGENCES ONT ÉTÉ OUVERTES SUR LES DEUX DERNIÈRES ANNÉES POUR RÉPONDRE AUX BESOINS DU MARCHÉ AMÉRICAIN.

SUÈDE
12

agences sont totalement automatisées : les clients vont faire leurs achats et les règlent grâce à une application.

2 — PROJETS



GÉRER LA COMPLEXITÉ DES PROJETS

Pour répondre aux besoins de ses clients, notamment sur le marché tertiaire, Rexel développe des solutions simples et abordables fondées sur les usages plutôt que sur les produits. Au-delà de l'installation des équipements, la sensibilisation des utilisateurs aux enjeux de la maîtrise de l'énergie est en effet primordiale. Les solutions proposées par Rexel passent par des applications leur permettant, via une tablette ou un smartphone, de suivre et de piloter leur consommation d'énergie en adaptant leur comportement grâce à des informations simples.

Les solutions de pilotage des installations sont désormais structurées par segments de marché en France pour mieux répondre aux attentes et aux besoins spécifiques de chacun, en partenariat avec un constructeur :

- solutions bâtiments publics, en partenariat avec Siemens ;
- solutions commerce alimentaire, en partenariat avec Schneider ;
- solutions hôtellerie et bureaux partagés, en partenariat avec Lutron ;
- solutions pour les établissements de santé, notamment les Ehpad, en partenariat avec Legrand.



Esabora

Une solution digitale pour les installateurs

Esabora est une solution digitale proposée aux installateurs pour faciliter la gestion de leurs chantiers et de leur entreprise. Ce logiciel unique leur apporte une assistance technique, commerciale et administrative.

Le volet technique (Esabora Schéma) prend en charge la modélisation des bâtiments et le positionnement des installations électriques. Le volet administratif et commercial (Esabora Business) assure la création des devis, la gestion des commandes et l'édition de tableaux de bord.

Proposée par Rexel sous forme d'abonnement, Esabora comporte également un important volet d'accompagnement, avec des formations de prise en main, une assistance téléphonique, des tutoriels et des aides en ligne, ainsi que des newsletters.

OPTIMISER L'APPROVISIONNEMENT DES CHANTIERS

Les capacités de sourcing du Groupe, jointes aux solutions de mise à disposition des produits, permettent d'optimiser l'approvisionnement et le coût total de possession des produits, ou TCO (Total Cost of Ownership). Celui-ci inclut les coûts indirects associés à la facturation, à la livraison et à la gestion des stocks.

La globalisation des livraisons, avec le regroupement de différents fournisseurs et références sur des créneaux horaires donnés, élimine les coûts induits par des livraisons multiples. Pour les clients, c'est aussi une façon de dimensionner les commandes au plus juste et d'éviter le stockage sur site.

La gestion des stocks pour le compte du client, et notamment celle des pièces détachées, dont les coûts indirects sont élevés, simplifie et optimise la gestion du chantier.

L'installation d'un conteneur sur un chantier permet d'avoir une base logistique sur site pour la livraison du matériel. Approvisionné en flux tendu depuis le centre logistique ou l'agence, il écarte les risques de rupture d'approvisionnement avec des livraisons « juste à temps » garanties.

Le kitting est une autre manière de mieux allouer les ressources et d'optimiser l'approvisionnement. La livraison de matériel préassemblé et étiqueté par zone d'installation évite aux clients d'avoir à constituer des stocks et réduit le temps et les coûts liés à la manutention des produits.

14 000
UTILISATEURS D'ESABORA
EN EUROPE.

2 — SPÉCIALITÉ

DES SAVOIR-FAIRE EXPERTS SUR DES MARCHÉS SPÉCIALISÉS

Rexel s'appuie sur des organisations et des savoir-faire experts pour servir les marchés spécialisés.

La maîtrise des coûts et l'adéquation à la commande du matériel livré sur un grand chantier industriel dépendent en grande partie de la bonne anticipation de l'approvisionnement et de sa parfaite exécution. **Rexel s'implique très en amont du chantier**, souvent au moment des appels d'offres. Les partenariats noués avec les plus grands fabricants à travers le monde sont la **clé de la maîtrise du sourcing et des coûts d'achat**. Les matériels doivent aussi respecter les impératifs particuliers des clients en matière de sécurité, de qualité et de réglementation. La fiabilité de l'approvisionnement et le respect du planning sont également déterminants.

Les grands projets nécessitent aussi de s'adapter aux conditions du chantier et de l'activité du client, dans toutes les régions du monde. En Allemagne, **le Groupe a créé 12 Centres de Service Industriel (ISC)** pour répondre aux demandes des clients industriels et des grands comptes. Rexel s'appuie aussi sur des enseignes avec une grande expertise verticale, comme Capitol Light aux États-Unis, spécialisée dans l'éclairage des hôtels, restaurants et chaînes de magasins.



IIoT

(Industrial Internet of Things)

MARCHÉ ESTIMÉ
À 80 MILLIARDS
D'EUROS EN 2018
EN CHINE
ET QUI DEVRAIT
ATTEINDRE
112 MILLIARDS
D'EUROS EN 2020.

ENCOURAGER LA MOBILITÉ ÉLECTRIQUE

Encore modeste, le marché des véhicules électriques est en pleine effervescence en France, stimulé par des incitations de plus en plus fortes de l'État, et par des constructeurs automobiles qui investissent lourdement pour fournir une plus large gamme de véhicules à l'autonomie renforcée.

Le Groupe propose d'une part des **packages complets**, dimensionnés en fonction du nombre de véhicules à recharger, alimentés de manière classique ou par les **énergies renouvelables photovoltaïques**.

Ces packages comprennent l'ensemble des produits nécessaires, avec la borne mais aussi l'adaptation au tableau électrique avec les protections adéquates et le raccordement avec le dimensionnement du câble. Ils intègrent surtout **tous les services que Rexel propose aux utilisateurs et exploitants**, les services opérateurs pour la mise en ligne du point de charge afin que l'utilisateur puisse depuis son smartphone le géolocaliser, le réserver, payer la charge en ligne et même avoir une télémaintenance à distance en cas de difficulté à l'utilisation (hotline affichée sur la borne avec téléassistance 24/7).

D'autre part, Rexel accompagne ses partenaires installateurs avec un service de formation certifiante IRVE (Infrastructures de recharge de véhicules électriques), obligatoire pour l'obtention des subventions.

DES FILIALES ET SERVICES SPÉCIALISÉS

Les entités spécialisées de Rexel associent leur connaissance approfondie de ces marchés à la puissance globale du Groupe, présent dans 26 pays, afin d'offrir :

- une gamme de produits adaptée et profonde, notamment dans le secteur des automatismes et des moteurs industriels, satisfaisant aux normes les plus exigeantes ;
- des solutions logistiques sur mesure, de la gestion des approvisionnements à celle des stocks, qui assurent une réduction du coût total de l'approvisionnement ;
- une expertise forte et des équipements adaptés en matière de management de l'énergie pour optimiser l'efficacité énergétique.

163 179
véhicules légers
électriques
immatriculés en France
au 31 décembre 2018.

REXEL PARTENAIRE DES MAGASINS U

Rexel a accompagné l'enseigne des magasins U dans son projet de référencement de bornes de recharge pour l'ensemble de ses magasins. La conception du projet s'est traduite par la réalisation d'un cahier des charges qui prévoit l'installation de bornes selon les besoins des magasins, un service clés en main d'assistance téléphonique (suivi des commandes et installation), ainsi qu'un service Help Desk pour la maintenance et les services après-vente. L'installateur et le fournisseur de bornes, ZeBorne et EV-Box, partenaires de Rexel, assurent le déploiement du projet depuis septembre 2018 pour les 1 500 magasins U.

2__
SPÉCIALITÉ

FACILITER LA GESTION
DE L’HABITAT CONNECTÉ

Basées sur des offres radio, les solutions sont désormais plus simples et moins coûteuses à mettre en place que la domotique traditionnelle. Autre atout : elles peuvent être installées de manière séquentielle, en ajoutant progressivement des équipements. Energieasy Connect est le contrôleur d’habitat développé par Rexel pour piloter les équipements en local ou à distance. Lancé en 2015 pour piloter les solutions de chauffage, Energieasy Connect a ensuite intégré la gestion des ouvrants puis de pratiquement tous les objets connectables dans un bâtiment : caméra de surveillance, enceintes de commande vocale des objets connectés, etc. Interopérable, il fonctionne avec la plupart des protocoles existant sur le marché, encore très différents d’une marque à l’autre.

+ de
20 000

installations d’Energieasy Connect, le contrôleur d’habitat développé par Rexel, réalisées par 7 000 installateurs, avec plus de 160 000 équipements.

PÉNÉTRER LE MARCHÉ
DE L’IIoT EN CHINE

Bien positionné sur le marché de l’automatisation en Chine, Rexel a réussi une belle percée en 2018 avec le déploiement de l’offre IMC (Industrial Management Control). D’autant plus utile qu’un groupe industriel a des établissements disséminés, cet outil de mesure et de contrôle de la performance des usines se connecte à différents détecteurs et capteurs, puis récupère et analyse une grande quantité de données sur les équipements et les processus de fabrication.

Rexel a déjà mis en œuvre cette solution, notamment auprès d’un fabricant d’équipements pour l’exploitation minière en Chine, qui contrôle et gère ainsi à distance ses machines en procédant à des ajustements en temps réel. De fait, l’IMC est une source d’économies et de différenciation pour lui, en même temps que de fidélisation pour Rexel.



1 Md€*

CHIFFRE D’AFFAIRES
DES OBJETS CONNECTÉS
SUR LE MARCHÉ
DE L’HABITAT ; CROISSANCE
ANNUELLE DE L’ORDRE
DE 33 %, CHAQUE FOYER
FRANÇAIS POURRAIT ÊTRE
ÉQUIPÉ DE 500 OBJETS
CONNECTÉS EN 2022.

* En France.
(Source : Institut GFK)

ACCOMPAGNER
LE PROJET LIWA, À OMAN

Le Liwa Plastics Project (LPP) est un projet de construction d’un vapocraqueur de 3,6 milliards de dollars dans la zone portuaire industrielle de Sohar, dans le sultanat d’Oman. Il est réalisé par ORPIC (Oman Oil Refineries & Petroleum Industries Company) et s’intègre dans un complexe préexistant.

Une des priorités du projet était de se conformer aux exigences des agences de crédit export pour l’approvisionnement, en l’occurrence les agences de cinq pays prioritairement concernés par le sourcing : le Royaume-Uni, l’Allemagne, les Pays-Bas, l’Italie et la Corée du Sud.

Rexel a mobilisé ses enseignes et activé ses relations avec ses fournisseurs dans les cinq pays. Un travail qui a démarré deux ans avant la signature du contrat, d’un montant d’environ 50 millions de dollars, et qui couvre :

- **la gestion matérielle** : construction de 2 entrepôts de 1 800 m² sur site, gestion des stocks (1 800 références), étiquetage des produits, gestion des câbles, livraisons en phases ;
- **la gestion de la documentation** : shipping, facturation, tests, certifications ;
- **la gestion de l’information** sur les différentes facettes du projet. Aux prérequis en matière de sourcing, se sont ajoutés deux défis pour Rexel : travailler dans une zone très isolée et se conformer aux obligations en vigueur à Oman en matière de droit du travail et de santé et sécurité des équipes sur le chantier.





3

UNE EXPÉRIENCE CLIENT OMNICANALE

UNE OFFRE OMNICANALE COMPLÈTE ET FLUIDE

Maximiser les contacts clients

L'EXPÉRIENCE CLIENT

La nouvelle génération d'agences

Le développement des webshops

La personnalisation des sites marchands

TOUT UN MONDE D'ÉCHANGES

Les outils de la mobilité

Des solutions transactionnelles puissantes

3

UNE EXPÉRIENCE CLIENT OMNISCANALE

La révolution omniscanale a profondément transformé la manière dont les distributeurs construisent leur relation commerciale avec les installateurs. Depuis plusieurs années, Rexel s'est engagé avec détermination dans cette approche. Commander sur Internet, récupérer sa marchandise en agence ou la faire livrer sur son chantier, s'informer des spécificités d'un produit depuis son mobile, vérifier sa disponibilité dans l'agence la plus proche : le Groupe offre une expérience omniscanale à ses clients en multipliant les points de contact pour faciliter leurs achats et optimiser la gestion de leurs projets.

3

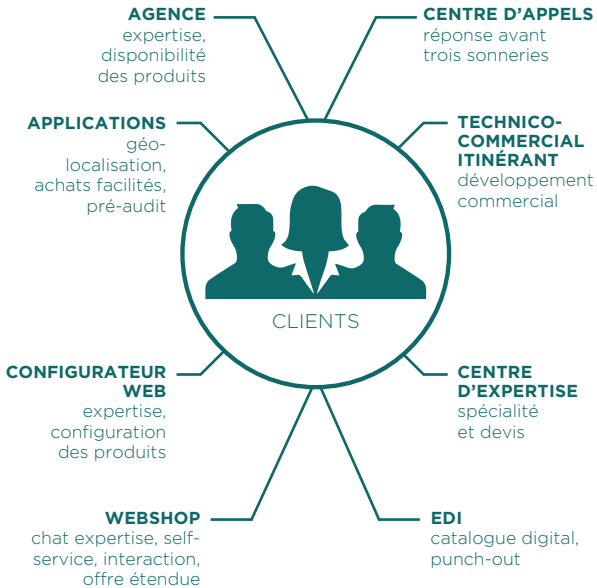
UNE OFFRE OMNISCANALE COMPLÈTE ET FLUIDE



2 millions de contacts clients par jour.

MAXIMISER LES CONTACTS CLIENTS

La complémentarité des services et des expertises disponibles offre un éventail complet de solutions individualisées, faisant de Rexel un partenaire expert, une position unique dans la chaîne de valeur, notamment face aux pure players de la vente en ligne. Déployée dans tous les pays du Groupe depuis plusieurs années, l'offre omniscanale a permis d'accroître la fidélité des clients en même temps que leur volume d'achats.



L'OFFRE DE REXEL EST ACCESSIBLE PARTOUT ET À TOUT MOMENT À TRAVERS DE MULTIPLES POINTS DE CONTACT.

Le modèle omniscanal de Rexel s'appuie sur huit canaux de distribution, physiques et à distance, afin de maximiser les contacts avec ses clients et de s'adapter à leurs préférences et à leurs besoins :

- **réseau d'agences** : un canal de proximité qui offre la disponibilité immédiate de plusieurs milliers de produits, le retrait des commandes passées jusqu'à la veille au soir sur des dizaines de milliers de références supplémentaires ainsi que l'expertise de vendeurs conseil ;
- **centre d'appels téléphoniques** : un numéro de téléphone pour passer les commandes, obtenir une réponse rapide à des demandes de devis ou à des questions techniques ;
- **technico-commercial itinérant** : un point de contact unique et dédié à chaque client pour une réponse personnalisée à ses besoins ;
- **centre d'expertise** : un accès à des spécialistes dans tous les domaines ;
- **EDI** : un catalogue digital directement intégré dans les systèmes du client pour simplifier les processus de commande ;
- **webshops** : une offre étendue de produits ainsi que de nombreux services tels que le chat avec des experts ou le « click & collect » pour choisir un point de dépôt et récupérer sa commande ;
- **configureurs web** : des outils en ligne de configuration des produits ;
- **applications** : pour obtenir des informations sur un produit et sa disponibilité, passer commande, discuter entre professionnels, localiser l'agence la plus proche, etc.

3 — L'EXPÉRIENCE CLIENT

LA NOUVELLE GÉNÉRATION D'AGENCES

L'agence reste le pivot des services de proximité pour nombre de clients.

Les aménagements des agences diffèrent bien sûr selon leur taille et leur implantation géographique. Le principe de ce nouveau concept d'agences consiste à proposer tout ou partie des sept services suivants, qui permettent d'enrichir l'expérience client et qui constituent une vraie valeur ajoutée :

- **l'achat express**, ou VLCA (vente en libre circulation accompagnée), qui permet au client de se servir lui-même avant de passer à une caisse rapide tout en gardant la possibilité, s'il le souhaite, de se faire accompagner ;
- **l'achat conseil** : le client est pris en charge par un vendeur expert, dans un forum situé au cœur du magasin avec un comptoir dédié ;
- **l'enlèvement rapide** : zone réservée aux produits commandés le jour même en « click & collect » depuis leur webshop (avec préparation en moins de 2 h) ou commandés la veille et mis à disposition dans le magasin et/ou le drive (le client appelle depuis une borne sans sortir de son véhicule pour récupérer sa marchandise) ;
- **consignes 24/7** : des consignes pour stocker les matériels commandés, que le client peut venir chercher à tout moment avec un code d'accès ;
- **recyclage DEEE** dans une zone identifiée de l'agence ou par mise à disposition de bacs chez les clients ou sur leurs chantiers ;
- **info/conseil/démo** : toute l'offre digitalisée de Rexel sur deux tablettes dans un « Kiosque Rexel » (Inxel TV, Esabora, Energieasy Connect, webshop, promotions...) ;
- **études & projets**, un « laboratoire » équipé de tout le matériel nécessaire dans les plus grandes agences, pouvant accueillir 6 à 10 personnes travaillant en mode projet, avec tous les outils nécessaires.



33,7

MILLIONS D'EUROS INVESTIS DANS LA RÉNOVATION ET L'OUVERTURE D'AGENCES EN 2018, SOIT 28 % DE PLUS QU'EN 2017 ET UN PEU PLUS DU QUART DU TOTAL DES INVESTISSEMENTS DU GROUPE (27,6 %).

2 000

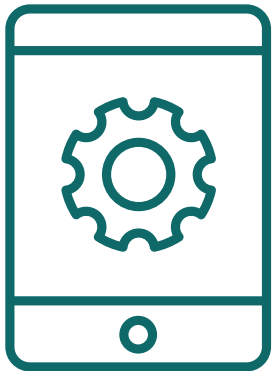
agences des 26 pays du Groupe offrent plus de 4 000 produits disponibles immédiatement, ainsi qu'une assistance technique et professionnelle.

3 — L'EXPÉRIENCE CLIENT —

LE DÉVELOPPEMENT DES WEBSHOPS

Les ventes digitales (sites marchands et EDI) ont fortement progressé durant ces deux dernières années et passé le cap des 2 milliards d'euros. Rexel adapte ses interfaces aux besoins et aux attentes des clients. Jusqu'à présent, les efforts avaient principalement porté sur les transactions. En 2018, le Groupe s'est attaché à améliorer l'expérience client au-delà de l'achat, notamment pour le suivi des commandes.

Les ventes des sites marchands en Europe ont été de 1,19 milliard d'euros en 2018, soit une croissance de 18,8 %, tirée par la France, où la croissance a atteint 47 %. Cette performance s'explique par une augmentation du nombre de visiteurs, alliée à une augmentation de 17 % du panier moyen. Les nouvelles fonctionnalités telles que la validation rapide des devis en ligne et les progrès réalisés dans les recommandations de produits ont joué un rôle important dans cette progression.



Fonctionnalités

Les principales nouveautés

- Le Track & Trace des commandes en ligne.
- La mise à disposition d'informations sur les délais de livraison des produits non stockés.
- La segmentation des contenus en fonction de la typologie des clients.

16 %

Les ventes digitales de Rexel (sites marchands et EDI) s'élèvent à 16 % du chiffre d'affaires 2018 du Groupe et continuent de croître.

LA PERSONNALISATION DES SITES MARCHANDS

Jusqu'à présent, la page d'accueil des sites marchands de Rexel était une vitrine de l'ensemble de l'offre produits. En décembre 2018, des pages « client résidentiel », « client tertiaire » et « client industriel » ont vu le jour, auxquelles s'ajoutent une page « neutre » pour tout visiteur qui se connecte pour la première fois et une page pour les « collaborateurs ». Ces pages d'accueil ont été conçues pour fournir au client un « hub » vers ses paniers favoris, ses liens habituels et ses dernières commandes ou devis.

Les moteurs de recherche ont également été adaptés aux types de profils clients. La segmentation verticale mise en place fin 2018 facilite les recherches parmi les 1,6 million de produits proposés. Selon qu'un client opère dans le résidentiel, le tertiaire ou l'industriel, une recherche de mots clés identiques l'orientera vers des catégories de produits différentes. Depuis mars 2018, les clients en ligne peuvent donner leur avis sur les produits et les noter, une possibilité rarement proposée sur les sites de professionnels.

Des segmentations plus poussées sont en cours de développement comme, par exemple, pour les tableaux, qui commandent fréquemment les mêmes produits, en grande quantité et souvent dans l'urgence. Une nouvelle fonctionnalité leur propose de transformer automatiquement la configuration de leurs tableaux en commande de produits sur le site.

« La page d'accueil est la porte d'entrée du site et doit être le reflet des points de vue des clients et de leurs centres d'intérêt. Pour répondre avec pertinence à leurs attentes, nous avons procédé à des enquêtes approfondies pour comprendre ce qui les intéressait et ce qui les gênait, ainsi que pour mieux appréhender leurs comportements sur le site. »

FLORENT GÉHIER,
Responsable Expérience Client Digital, Rexel France

3 —

TOUT UN MONDE D'ÉCHANGES



LES OUTILS DE LA MOBILITÉ

Pour répondre aux besoins de ses clients sur leurs chantiers ou lors de leurs déplacements, Rexel propose des solutions spécifiquement adaptées aux terminaux mobiles. Depuis un smartphone ou une tablette, ces applications permettent de vérifier la disponibilité d'un produit, de le commander, ou encore de localiser l'agence la plus proche. Une application propose, par exemple, une fonctionnalité pour passer commande sans délai. En quelques secondes, à partir d'une photo prise sur le chantier, un installateur peut accéder à toutes les spécifications d'un produit, vérifier son prix et son accessibilité et le commander.

DES SOLUTIONS TRANSACTIONNELLES PUISSANTES

Rexel propose à ses grands clients des solutions transactionnelles personnalisées en fonction de la taille de leur entreprise, de leur système informatique et des volumes commandés :

- **catalogues électroniques** : ces formats de fichiers standards ou sur mesure répondent aux spécifications techniques du client et reprennent sa sélection d'articles, avec les listes de prix négociés;
- **mode punch-out et OCI** : proposés à la demande, ces modes de connexion permettent de créer des paniers d'achat à partir des sites marchands Rexel et de les rapatrier dans les systèmes informatiques du client;
- **places de marché** : grâce aux partenariats noués avec les principaux acteurs du secteur (Hubwoo, Ariba, Quadrem, PerfectCommerce), Rexel facilite la mise en œuvre de ces systèmes d'approvisionnement électronique;
- **EDI** : grâce à l'échange de données informatisées, Rexel optimise les coûts de traitement des commandes, de la facturation et d'autres documents de ses clients.

E-mail to EDI

Environ 30 % des commandes se matérialisent par des mails avec des devis en pièce jointe au format pdf. Rexel a développé une solution pour « lire » automatiquement ces documents et les intégrer dans le système d'information. Un test a été réalisé en France avec succès auprès d'un panel de clients. La solution sera industrialisée en 2019. Elle apporte un gain de productivité important pour Rexel et l'assurance pour le client de voir les erreurs de retranscription de ses commandes réduites.

WEBMANAGER

L'outil permet aux commerciaux en agence de se connecter au webshop directement sur le compte du client. Quelque 2 500 commerciaux européens peuvent ainsi l'utiliser. En 6 mois, Webmanager a généré 2 000 commandes pour un montant de 1,4 million d'euros.

COMPTE EXPRESS

La possibilité d'une ouverture automatique, lancée en 2017, a généré une forte hausse de la création de nouveaux comptes : plus de 900 par mois début 2019, contre 500 début 2018.



LIVECHAT

Le succès du Livechat se confirme en France, avec 5 888 questions posées en 2018 et un taux de conversion multiplié par trois. Jusqu'à présent géré par un centre, soit deux personnes pouvant mener deux discussions en parallèle, il sera progressivement déployé dans tous les CRCE, avec un total de 40 animateurs.

COFFRE-FORT DIGITAL

Depuis le 1^{er} janvier 2019, un coffre-fort numérique a été proposé à l'ensemble des clients. Toutes les factures sont dématérialisées et restent accessibles pendant 10 ans : une formule « zéro papier », avantageuse pour Rexel et pour ses clients, qui sont ainsi conviés à se créer un compte pour passer une commande.

THE GRID

Ce forum de discussion en ligne est ouvert depuis 2015 aux installateurs et électriciens pour y poser des questions sur des sujets divers : domotique, éclairage, énergies renouvelables, exploitation gazière ou pétrolière. Chaque sujet est animé et modéré par un expert Rexel.

4

LA TRANSFORMATION DIGITALE

LA DONNÉE, OUTIL DE PILOTAGE STRATÉGIQUE

La donnée, enjeu de front- et back-offices digitalisés
Le déploiement de modèles prédictifs

LE PARTAGE DES INFRASTRUCTURES IT

La création d'une Digital Factory
IT Middleware, un service partagé

UNE LOGISTIQUE PUISSANTE ET PERFORMANTE

Viser l'excellence dans l'exécution
Se transformer grâce au Lean Management
Optimiser les flux, Cestas 2
Automatiser le stockage, Autostore

4

LA TRANSFORMATION DIGITALE



Rexel entame une nouvelle étape de la transformation de son modèle économique, pour devenir une entreprise pilotée par la donnée (Data Driven Company). Rexel entend mettre à profit toutes les données pertinentes, dans ses activités opérationnelles comme fonctionnelles, pour prendre des décisions objectives, fondées sur des chiffres et leur analyse, avec pour objectif d'améliorer la satisfaction des clients et la performance de l'entreprise.

4

LA DONNÉE,
OUTIL DE PILOTAGE
STRATÉGIQUE

LA DONNÉE, ENJEU
DE FRONT- ET BACK-OFFICES DIGITALISÉS

La transformation digitale de Rexel se décline suivant trois axes :

- **proposer une expérience client simple**, fluide et personnalisée grâce à l'utilisation des données dont dispose déjà Rexel, tout en répondant aux besoins de chaque segment de clientèle ;
- **améliorer et généraliser l'offre de service** à destination des fournisseurs, avec entre autres un service d'analyse de données ;
- **améliorer la performance interne** avec l'utilisation systématique de nouveaux outils digitaux et la mise en place de cas d'usages algorithmiques recourant à l'intelligence artificielle.

Les efforts de digitalisation reposent souvent sur le front-office, avec des fonctionnalités qui sont essentielles pour améliorer l'expérience client. Par ailleurs, la qualité de cette expérience client est aussi étroitement liée aux opérations réalisées en amont et en aval des points de contact. Traditionnellement, la plupart des processus - assortiment, gestion des promotions, marketing et merchandising, logistique - étaient centrés sur les volumes et les produits qui transitent dans les entrepôts ou les agences. Ils seront à l'avenir centrés sur les clients et systématiquement pensés pour le digital, qui nécessite des informations riches et actualisées. La digitalisation du back-office complète celle du front-office. Le principe est de réunir l'intelligence fournie par les données et de la rendre disponible à tous. La formation des collaborateurs est dans ce cadre essentielle.

Rexel dispose déjà d'un réservoir important de données via les flux transactionnels, les CRM, les données logistiques ou les parcours des visiteurs sur les sites marchands. Elles permettent d'affiner la connaissance des clients en termes de comportements et d'attentes. Elles sont de plus en plus souvent enrichies par des données externes sur les marchés, la concurrence, etc.

« Aujourd'hui, pour survivre dans le métier de distributeur, il est impératif d'améliorer l'expérience client et les services. Cela passe par la spécialisation et la personnalisation, dans une logique "data driven". »

FRANCK DUPIN,
Chief Data Officer Rexel



LA DONNÉE AU CŒUR
DE L'INFORMATIQUE
DÉCISIONNELLE
EN LIBRE-SERVICE

La Business Intelligence en Self-Service est une démarche analytique destinée à accéder aux données de l'entreprise et à les exploiter, même sans expérience de l'analyse statistique, de l'informatique décisionnelle ou de l'exploitation des données. Une plateforme de ce type a été déployée dans la quasi-totalité des directions du Groupe, générant une montée en compétence des utilisateurs. Une multitude de décisions sont dorénavant prises sur cette base : création d'un centre logistique, déplacement géographique d'une agence, modification des stocks, etc.

LE DÉPLOIEMENT
DE MODÈLES PRÉDICTIFS

Le Big Data et l'analyse prédictive sont des leviers d'excellence dans l'entreprise, qu'il s'agisse du marketing, de l'offre de produits, des investissements ou du recrutement. La mise en place de ces modèles prédictifs est aussi le volet le plus disruptif de la digitalisation.

Le succès des modèles prédictifs, qui probabilisent l'impact de certaines situations ou décisions et suggèrent les meilleures prochaines actions pour y remédier, repose sur l'exploitation de données fiables et robustes, internes et externes à l'entreprise.

Des cas d'usage de modèles prédictifs ont été identifiés par Rexel. Trois ont été priorités. Deux d'entre eux portent sur la gestion des clients, le troisième sur la gestion de l'approvisionnement des agences. Dans les trois cas, l'usage de l'intelligence artificielle permet de traiter un nombre important de données complexes tout en apportant une recommandation actionnable.

67,1
MILLIONS D'EUROS
D'INVESTISSEMENTS
DANS LES SYSTÈMES
D'INFORMATION
ET LE DIGITAL EN 2018.

4

LE PARTAGE DES
INFRASTRUCTURES
IT



LA CRÉATION D'UNE DIGITAL FACTORY

L'année 2018 a été marquée par d'importants changements organisationnels avec la **création de la Digital Factory**, qui se substitue au centre de compétences e-commerce. Lancée en 2018 en Europe et aux États-Unis, cette nouvelle organisation a vocation à être étendue à la région Asie-Pacifique. L'objectif est de redonner la main aux pays afin qu'ils gèrent plus directement les enjeux, les moyens et la mise en place de la transformation digitale.

Dans le déploiement de la plateforme e-commerce, la priorité a changé : **l'optimisation de l'expérience client remplace les déploiements standardisés**. La feuille de route digitale a été basculée dans les pays : ils décident, en fonction de leurs objectifs business, des solutions digitales et du planning de leur implémentation.

Ainsi, la Digital Factory s'est enrichie, à côté de ses profils technologiques pointus, de profils davantage métiers (design et conception, développement d'applications mobiles). Elle offre aux pays ou aux régions les services d'une équipe unique et intégrée.

UNE INITIATIVE CLOUD
EN AUSTRALIE

L'application Clipsal iCat a été développée pour le fabricant australien Clipsal, filiale de Schneider Electric, dont le site répertorie tous ses distributeurs agréés, dont Rexel. Clipsal iCat Mobile permet aux clients de Clipsal d'accéder directement au site de Rexel pour s'informer sur les prix et la disponibilité des produits et passer commande. C'est une première pour Rexel en termes d'usage des technologies Cloud pour connecter ses systèmes d'information avec ceux d'un fournisseur.

« L'optimisation de l'expérience client passe par un changement de paradigme : penser client plutôt que solution technologique et penser de manière globale et omnicanale plutôt que par fonctionnalité ou application. »

ANNE-BRISCE GRASSET,
Director, Digital Factory and Shared Services

IT MIDDLEWARE, UN SERVICE PARTAGÉ

Le centre de compétences IT Middleware s'inscrit dans la stratégie « shared services » en cours de déploiement au sein du Groupe. Reconnu pour ses compétences techniques TIBCO (logiciels d'infrastructure dans un contexte de Cloud Computing), il supporte le développement des plateformes e-commerce mais aussi de nombreux projets d'intégration dans les pays.

L'année 2018 a été marquée par une **avancée importante de l'API Management** (technologie qui permet de gérer la publication, la promotion et la supervision des interfaces entre l'écosystème Rexel et les services fournisseurs/partenaires/clients), avec le lancement sur TIBCO Cloud d'une application pour Schneider en Australie, qui permet d'accéder directement au site Rexel depuis leur site : un pas important vers une architecture ouverte pour connecter les systèmes d'information de Rexel à ceux de ses partenaires, fournisseurs ou clients. D'autres projets similaires sont en cours, notamment aux États-Unis et en Suède.

L'IT Middleware a également accéléré l'évolution des ERP* des pays, notamment en Suisse. TIBCO est également utilisé pour la Chine et l'Inde, depuis 2019, sur un projet Finances.

* Entreprise Ressource Planning, soit « Progiciel de gestion intégré » en français.

4

UNE LOGISTIQUE
PUISSANTE
ET PERFORMANTE

VISER L'EXCELLENCE DANS L'EXÉCUTION

La performance de la supply-chain continue de s'améliorer. Rexel dispose de plusieurs leviers :

- la gestion du cycle de vie des produits : pour maintenir un équilibre satisfaisant, alors que les fabricants étoffent et renouvellent leurs gammes de plus en plus rapidement. Ainsi, la chaîne logistique travaille en interaction avec le marketing, les achats, les systèmes d'information, les RH, le commerce, etc.
- le déploiement de la démarche Lean, qui traduit la volonté de s'inscrire dans une démarche d'amélioration continue en appliquant la bonne méthodologie. Bien implantée en France, elle est progressivement mise en œuvre dans tous les pays européens;
- l'adaptation permanente des réseaux d'entrepôts : les réorganisations en Allemagne, en Espagne et au Royaume-Uni ont ainsi permis d'améliorer la proximité avec les clients et le niveau de service;
- l'évolution constante des systèmes d'information, notamment avec la lecture des codes-barres des produits en réception, les délais de livraison et la traçabilité des commandes;
- l'automatisation, dans la mesure où la rentabilité des investissements est avérée.

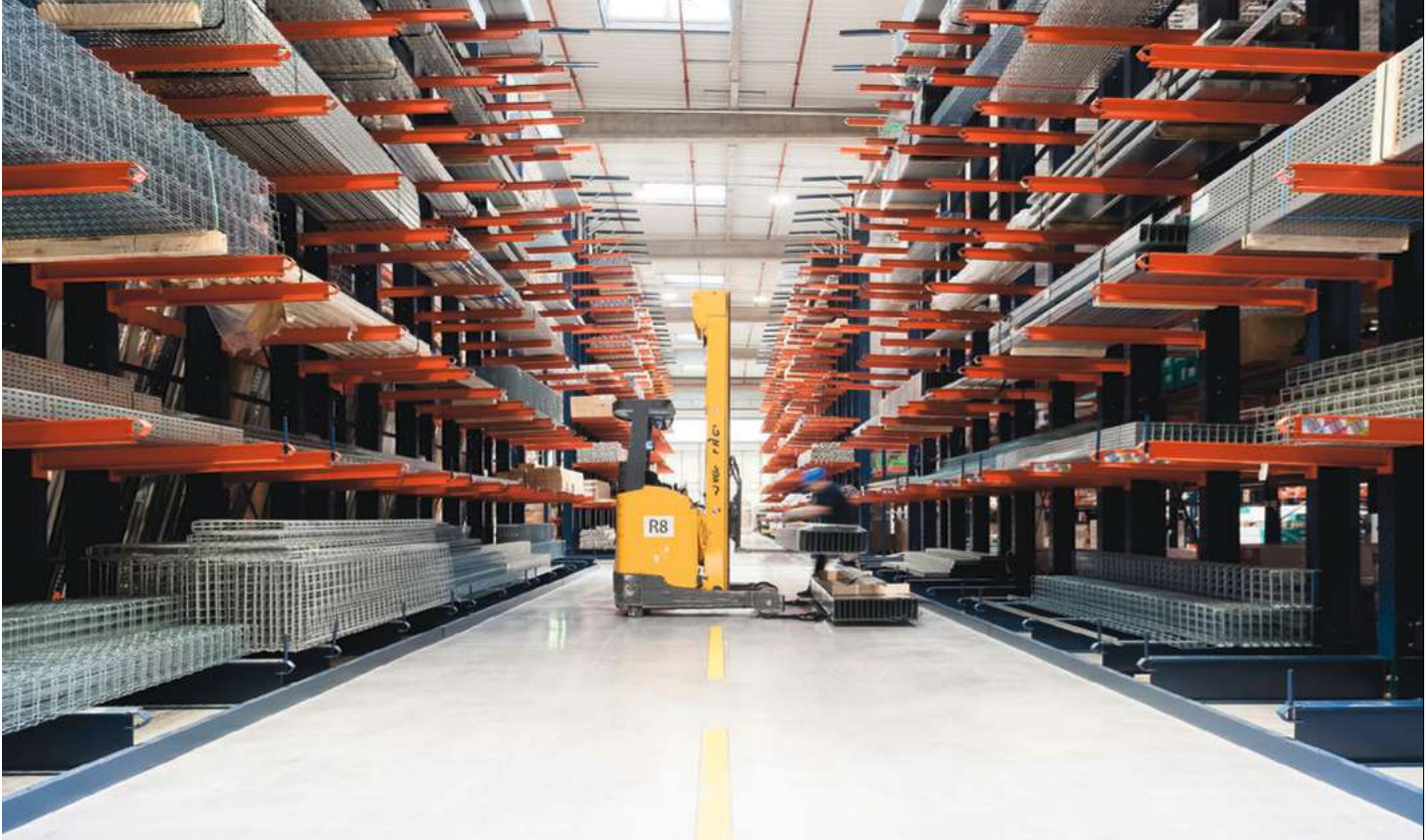
UNE SUPPLY-CHAIN
UNIQUE

Contrairement à la plupart des entreprises de distribution, Rexel dispose d'une supply-chain internalisée qui lui permet de maîtriser sa qualité de service et de coller au plus près des besoins et des attentes de ses clients. Avec les évolutions digitales, les horaires d'expédition (« cut-off ») des commandes web peuvent être étendus. Par exemple, en Île-de-France, les commandes à livrer le lendemain sont traitées jusqu'à 20 h.



2 %

AUGMENTATION
DE LA PRODUCTIVITÉ
EN FRANCE, ENTRE
NOVEMBRE 2017 ET
NOVEMBRE 2018 GRÂCE
À LA DÉMARCHE LEAN.



« La démarche Lean est le principal réservoir de productivité et de qualité de service de la supply-chain. Même si les organisations logistiques diffèrent selon les pays, c'est une démarche universelle qui peut s'appliquer partout. »

ALEXANDRE KASMI,
Directeur Supply-Chain Rexel France

SE TRANSFORMER
GRÂCE AU LEAN MANAGEMENT

Le Lean Management consiste à travailler de manière transversale, à tous les échelons et dans toutes les équipes, pour identifier les problèmes et les résoudre dans une démarche d'amélioration continue. La voix du client est toujours privilégiée, y compris lorsque la commande a quitté l'entrepôt, avec pour objectif d'éliminer les « mudas » (gaspillage en japonais), c'est-à-dire tout ce qui n'apporte pas de valeur aux clients.

Initiée en 2013 par Rexel France sur la partie logistique, elle est en cours de déploiement sur les approvisionnements et les transports.

L'objectif du Groupe est de déployer la démarche de Rexel France en Europe. L'essaimage a démarré cette année suite au jumelage de cinq entrepôts français avec des entrepôts étrangers : Nancy avec l'Allemagne, Nantes avec les Pays-Bas, Roissy avec la Suède, Lille avec la Belgique et Lyon avec l'Autriche. Chacun de ces entrepôts dispose désormais d'une structure mère auprès de laquelle il peut obtenir de la documentation, des conseils, des formations, etc.

4

UNE LOGISTIQUE
PUISSANTE
ET PERFORMANTE



Le nouveau Centre
logistique régional
à Cestas,
en Gironde, ouvert
en novembre 2018.

OPTIMISER LES FLUX, CESTAS 2

L'ouverture en novembre 2018 d'un nouveau Centre logistique régional à Cestas (Gironde) permet à Rexel, déjà implanté sur ce lieu stratégique depuis 20 ans, d'améliorer son offre de services et la performance environnementale de ses opérations logistiques. Cestas 2 répondra de manière plus rapide et diversifiée aux demandes des clients :

- **des flux de marchandises** et des stockages optimisés;
- **une aire de stockage extérieure** de 3 000 m²;
- **19 portes de quais** de chargement/déchargement;
- **trois cellules de stockage** de 6 000 m² soit 18 000 m² au total, soit un doublement de la superficie globale de l'ancien centre logistique.

25 000 références disponibles à J+1 pour l'ensemble des agences de la Nouvelle-Aquitaine, ainsi que pour les institutions locales, telle Bordeaux Métropole, partenaire de longue date du Groupe.

Un fort potentiel commercial : avec déjà **55 agences et 22 000 clients** servis chaque année, la Nouvelle-Aquitaine est une région stratégique pour Rexel France. C'est un territoire en développement, notamment avec la mise en place de la liaison TGV Paris-Bordeaux et la construction de nouvelles infrastructures.

AUTOMATISER LE STOCKAGE, AUTOSTORE

Autostore est une solution de stockage et de prélèvement des produits entièrement automatisée, installée dans quatre sites. Un cinquième Autostore sera mis en service fin 2020 à Zurich (Suisse).

Son principal atout est sa compacité, qui permet de réduire l'espace de stockage de 40 à 50 %, un gain particulièrement appréciable en zone urbaine, où les prix de l'immobilier sont élevés. Sa rapidité, **environ 1 000 saisies par opérateur et par jour**, de même que sa fiabilité, permettent également de réduire les temps d'attente et donc d'améliorer la satisfaction des clients. Enfin, la modularité du dispositif lui permet de s'adapter à l'évolution du trafic et des activités.

Autostore, solution
de stockage et de
prélèvement des
produits automatisée,
ici à Bâle (Suisse).



5 —

DES COLLABORATEURS ENGAGÉS

RECRUTEMENT ET MOBILITÉ

Une démarche proactive de recrutement

Une politique active de mobilité

LA FORMATION, CLÉ DE VOÛTE DE L'ÉVOLUTION DES COLLABORATEURS

Un investissement important dans la formation

LA DYNAMIQUE DU CHANGEMENT

La culture du feedback

Culture de la performance et rémunération

L'ENGAGEMENT DES COLLABORATEURS

L'enquête d'engagement interne Satisfaxion 2018

Méthodologie et résultats

5

DES COLLABORATEURS ENGAGÉS

Les 27 000 collaborateurs de Rexel sont les acteurs du changement de l'entreprise. Ce sont eux qui œuvrent au quotidien pour produire les résultats, concrétiser la vision stratégique du Groupe et faire advenir sa transformation digitale. Leur engagement collectif a pour corollaire leur qualité de vie au travail et la réalisation de leurs ambitions professionnelles. La gestion des ressources humaines est aussi un vecteur de l'évolution professionnelle et de l'épanouissement personnel de chacun des collaborateurs.

5

RECRUTEMENT
ET MOBILITÉ

UNE DÉMARCHE
PROACTIVE DE RECRUTEMENT

Sur des marchés très concurrentiels, l'objectif est d'aller chercher les talents grâce à une meilleure accessibilité des offres – notamment sur les réseaux sociaux – et à l'attractivité de l'entreprise. Pour ce faire, Rexel s'appuie sur sa marque employeur, une gestion active des talents et une communication active.

Afin d'attirer les talents dont le Groupe a besoin, Rexel a adopté une démarche proactive de recrutement. Un travail important a été mené par le Groupe pour structurer les équipes dans les pays, les former aux nouvelles méthodes de recrutement, sensibiliser les managers et cibler les canaux les plus adéquats. Les réseaux sociaux, en particulier LinkedIn, sont aujourd'hui le canal le plus pertinent. 80 % des recruteurs présents dans le Groupe utilisent ce réseau. Rexel est classé, dans son secteur, dans le top 50 sur le Talent Brand Index et dans le top 20 des comptes les plus suivis.

Dans le cadre de sa transformation digitale, le Groupe améliore son expérience candidat dans plusieurs pays pilotes où sa politique de recrutement est la plus active, en proposant des plateformes carrières ergonomiques, esthétiques et mobiles. Ces évolutions digitales enrichissent la marque employeur de Rexel ainsi que son attractivité vis-à-vis des talents.

En 2018, cette politique de recrutement volontariste s'est notamment traduite par le renforcement des équipes IT et digitales au sein du Groupe et l'intégration de plus de 60 nouveaux profils purement digitaux.

« C'est en ouvrant leurs perspectives que l'on encourage les collaborateurs à se responsabiliser et à prendre des risques. »

ALEXIA LABEZIN,
Group Manager,
Head of Customer Experience



4 852

RECRUTEMENTS
EN 2018.

UNE POLITIQUE ACTIVE DE MOBILITÉ

Avec une présence dans 26 pays et une grande diversité de métiers, Rexel offre de réelles perspectives d'évolution de carrière, tant géographique que fonctionnelle, horizontale ou verticale.

La politique de mobilité de Rexel est liée à la gestion des carrières au sein du Groupe, qui intègre les revues de talents, les aptitudes à développer, les postes à pourvoir, les souhaits d'évolution et les plans de formation. Il s'agit d'une démarche appelant les salariés à être proactifs et à l'initiative de l'évolution de leur carrière.

Un Job Board en ligne, mis en place en 2016 et élargi aux États-Unis en 2018, affiche les postes ouverts dans le Groupe. Les offres internationales concernent le top management, mais aussi de jeunes cadres de plus en plus attirés par une expérience à l'étranger.

La dernière enquête d'engagement, interne, Satisfaxion 2018, montre que le « développement de carrière » est le point sur lequel l'adhésion des collaborateurs a le plus progressé.

MOBILITÉ

2 416

COLLABORATEURS
ONT BÉNÉFICIÉ D'UNE
MOBILITÉ EN 2018,
SOIT 1 COLLABORATEUR
SUR 10.

400 à 500

offres postées en
permanence sur LinkedIn
en 2018, soit trois fois plus
qu'en 2017.

5

LA FORMATION,
CLÉ DE VOÛTE DE
L'ÉVOLUTION DES
COLLABORATEURS

UN INVESTISSEMENT IMPORTANT
DANS LA FORMATION

Parmi ses priorités stratégiques, Rexel généralise les parcours de formation de ses vendeurs, qui représentent les 2/3 de son effectif.

Les formations proposées s'appuient sur trois canaux : **une offre de formation aux métiers** accessible dans tous les pays, **les formations dispensées par les fournisseurs** de Rexel et **l'université en ligne Rexel Academy**, pièce maîtresse du dispositif.

Toutes les offres de formation des filiales sont conçues en **collaboration étroite avec les opérationnels des différentes fonctions**. En 2018, le Groupe a instauré des Internal Learning Committees - ou Comités de formation interne - qui regroupent des représentants des ressources humaines, des ventes, de l'IT ou de la supply-chain, dont la mission est d'élaborer ces plans de formation. Inaugurés en Suède, ils ont **vocation à être déployés dans chaque pays**. Par ailleurs, des Pedagogical Committees - ou Comités pédagogiques - ont été développés avec des professionnels de la formation et des opérationnels pour animer des communautés destinées à partager les compétences et les pratiques. Des plateformes se sont multipliées autour de l'efficacité énergétique, du digital ou encore du management.

« Dans une entreprise comme la nôtre, qui est d'abord orientée résultats, il est essentiel de rappeler que l'amélioration des ventes et des marges passe par une montée en compétence, et donc par la formation. Le plus important est de développer une culture de l'apprentissage et de mobiliser les salariés pour qu'ils prennent en main leur évolution professionnelle. »

PETER EDWARDS,
National Learning and Development
Manager, Rexel Australia.

800

nouveaux modules ajoutés en 2018 à l'offre de formation de Rexel Academy : maîtrise des nouvelles technologies numériques, impact de la donnée dans l'organisation (CRM*, pricing, webshop), nouvelles techniques de vente et du service au client.

* Customer Relationship Management, soit gestion de la relation client (GRC) en français.



FORMATION

24 518

collaborateurs ont suivi une formation en 2018, soit 91,5 % de l'effectif total du Groupe (74,9 % en 2017).

98,8 %

LA PLATEFORME REXEL ACADEMY EST ACCESSIBLE DANS 23 PAYS ET AUPRÈS DE 98,8 % DE L'EFFECTIF TOTAL DU GROUPE.

Rexel Academy,
une plateforme
d'apprentissage continu

Rexel Academy répond à la volonté du Groupe de développer une culture de l'apprentissage. La gouvernance de la plateforme est de type « glocal ». Le Groupe garantit le déploiement de la solution technique, la montée en compétence des équipes locales et apporte l'expertise fonctionnelle et technique nécessaire à son fonctionnement. Les pays créent les parcours et les contenus, assurent l'accès à la plateforme et encouragent son utilisation. Les solutions d'apprentissage proposées aux collaborateurs, de type blended learning, combinent des méthodes classiques en cours présentiel à des techniques issues de l'e-learning. Chaque collaborateur peut ainsi apprendre à son rythme et à sa façon. Avec plus de 12 698 modules, les contenus sont organisés autour de grandes thématiques : produits, approche commerciale, éthique et conformité, management, acculturation digitale, etc. Ces modules sont généralement déclinés selon le poste occupé, les compétences requises ou les spécificités locales.

5 —
LA DYNAMIQUE
DU CHANGEMENT
—

6 058
MANAGERS DU GROUPE
ONT BÉNÉFICIÉ
D'UNE FORMATION
EN 2018.

Group Advanced
Leadership Program

Lancé en 2018, ce programme prépare les leaders de demain dans tous les pays du Groupe. Il se déroule sur un cycle de neuf mois avec un système d'apprentissage mixte qui conjugue les formations en présentiel et en e-learning, complétées par des sessions de coaching externes, de développement personnel, ainsi que par l'élaboration de business cases autour de la transformation de l'entreprise.

LA CULTURE DU FEEDBACK

La réussite de la transformation du Groupe repose sur l'engagement de tous les collaborateurs. Elle doit également s'inscrire dans un processus continu d'appropriation des valeurs et d'évolution des modes de management, des comportements et des méthodes de travail.

Cette dynamique de transformation repose non seulement sur des programmes de formation, mais aussi sur une gestion étroite de la performance, dans laquelle s'inscrit la culture du feedback. Celle-ci a pour objet de **favoriser les échanges entre managers et collaborateurs**, de manière plus régulière et au-delà des temps forts traditionnels comme les entretiens d'évaluation ou de définition des objectifs.

Il s'agit donc de mettre en place un processus d'amélioration continue, simplifié et harmonisé, dont le but est d'aller au-delà d'un système fondé sur l'évaluation. Donner et recevoir du feedback n'est constructif que si la manière de procéder est **circonstanciée, argumentée, concrète et positive**. Cette évolution des rapports professionnels suppose la sensibilisation de tous, à tous les niveaux hiérarchiques, pour changer d'état d'esprit et diffuser des règles claires. L'objectif est d'ajuster en permanence la manière dont les collaborateurs communiquent et travaillent ensemble pour être à la fois plus efficaces et plus épanouis dans leur travail.



CULTURE DE LA PERFORMANCE
ET RÉMUNÉRATION

La rémunération de la performance est un levier de la mise en œuvre de la feuille de route stratégique, dont les vendeurs sont les vecteurs et les garants. La mesure de la performance et le calcul des primes résultent d'un triple équilibre :

- la performance à court terme, mesurée par des critères financiers classiques, et la performance à moyen et à long terme, mesurée notamment par l'acquisition de nouveaux clients, le volume des ventes digitales et la qualité de service client ;
- l'approche stratégique globale et celle, plus spécifique, des pays, régions, entités, agences : la mesure de la performance et le calcul des primes diffèrent selon les feuilles de route et les objectifs de chacun de ces niveaux ;
- la performance collective et la performance individuelle.

En pratique, le niveau des primes de performance par rapport aux salaires varie d'un pays à l'autre, essentiellement pour des raisons culturelles et sociétales, mais aussi en fonction des particularités locales en termes de marchés et d'activités. Le Groupe veille à ce que les objectifs fondamentaux des primes de performance soient connus de tous. Il incite les pays et les entités à les mettre en œuvre et à partager les bonnes pratiques.

Finance Graduate
Program

Un pilote de ce programme destiné aux spécialistes de la finance a été lancé début 2019 en Europe. Il se déroule en plusieurs séquences : trois jours d'immersion au siège, suivis de trois missions de huit mois chacune sur des postes et dans des pays différents. Les recrues suivent également des cours et sont épaulées par un mentor.

GAIN

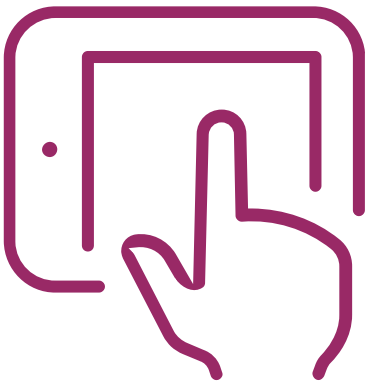
Gain (Grow Achieve Inquire Network), aux États-Unis, s'attache à développer le leadership et à favoriser le développement personnel des collaborateurs autour de trois domaines de compétences : communication, gestion des opérations et approche commerciale.

Future Leaders

Ouvert à tous les collaborateurs, ce programme a été lancé en 2017 en Australie pour développer un vivier de futurs responsables d'agence et de leaders. Chaque session regroupe de 16 à 20 participants durant 32 semaines autour de la conduite stratégique du changement, de l'expérience client, des finances, de la politique des prix, de la logistique et des solutions digitales.

5

L'ENGAGEMENT
DES
COLLABORATEURS



71 %

TAUX DE
PARTICIPATION.

SATISFAXION 2018

Rexel a effectué en 2018 sa 6^e enquête d'engagement interne auprès de l'ensemble de ses collaborateurs, baptisée « Satisfaxion ».

Parmi les dix catégories de l'enquête, huit ont reçu des résultats plus favorables que lors de l'enquête précédente, menée en 2015.

Les cinq catégories qui constituent les leviers de l'engagement des collaborateurs de Rexel ont connu les évolutions suivantes :

- **stratégie et leadership** : 80 % d'opinions favorables, soit + 4 points ;
- **développement de carrière** : 64 % d'opinions favorables, soit + 4 points ;
- **management** : 77 % d'opinions favorables, soit +2 points ;
- **image de l'entreprise** : 73 % d'opinions favorables, soit + 2 points ;
- **travail d'équipe et coopération** : 81 % d'opinions favorables, soit + 2 points.

Le niveau d'engagement des collaborateurs a atteint 79 %, soit un point de plus par rapport à 2015. L'objectif est d'arriver au moins à 80 % lors de la prochaine enquête.

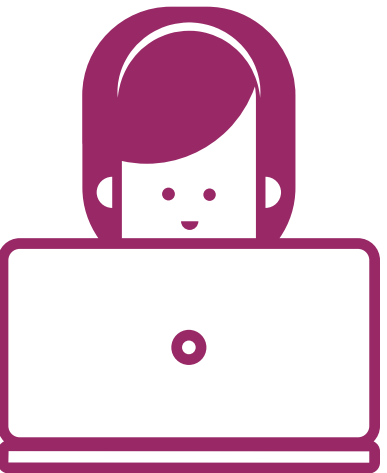
MÉTHODOLOGIE



23
PAYS.



24 635
collaborateurs
invités.



100 %
online.

RÉSULTATS

91 %

des répondants ont
« une idée claire de
leurs responsabilités
professionnelles »..

90 %

des répondants comprennent
« comment leur travail
contribue à la réalisation
des objectifs de l'entreprise ».

85 %

des répondants sont
« fiers de travailler
pour leur société ».

89 %

des répondants pensent que
leurs « qualités et compétences
sont pleinement mises
à contribution dans le travail ».

85 %

estiment que leur
manager « traite
les employés avec
respect et confiance ».

89 %

des répondants
« soutiennent entièrement
les objectifs
de leur entreprise ».



23 648
commentaires.

14

LANGUES TRAITÉES

- enquête en ligne,
- plateforme de reporting,
- dossiers pour les managers.



2
QUESTIONS
OUVERTES.



17 382
réponses.

2 semaines
D'ENQUÊTE DU 24 MAI
AU 6 JUIN 2018.

45

QUESTIONS
en 2018
contre 63 en 2015.

6

LES ENGAGEMENTS DÉVELOPPEMENT DURABLE

LA MAÎTRISE DE L'ÉNERGIE AU CŒUR DU MODÈLE

Maîtrise de l'énergie et développement durable

LA LUTTE CONTRE LE RÉCHAUFFEMENT CLIMATIQUE

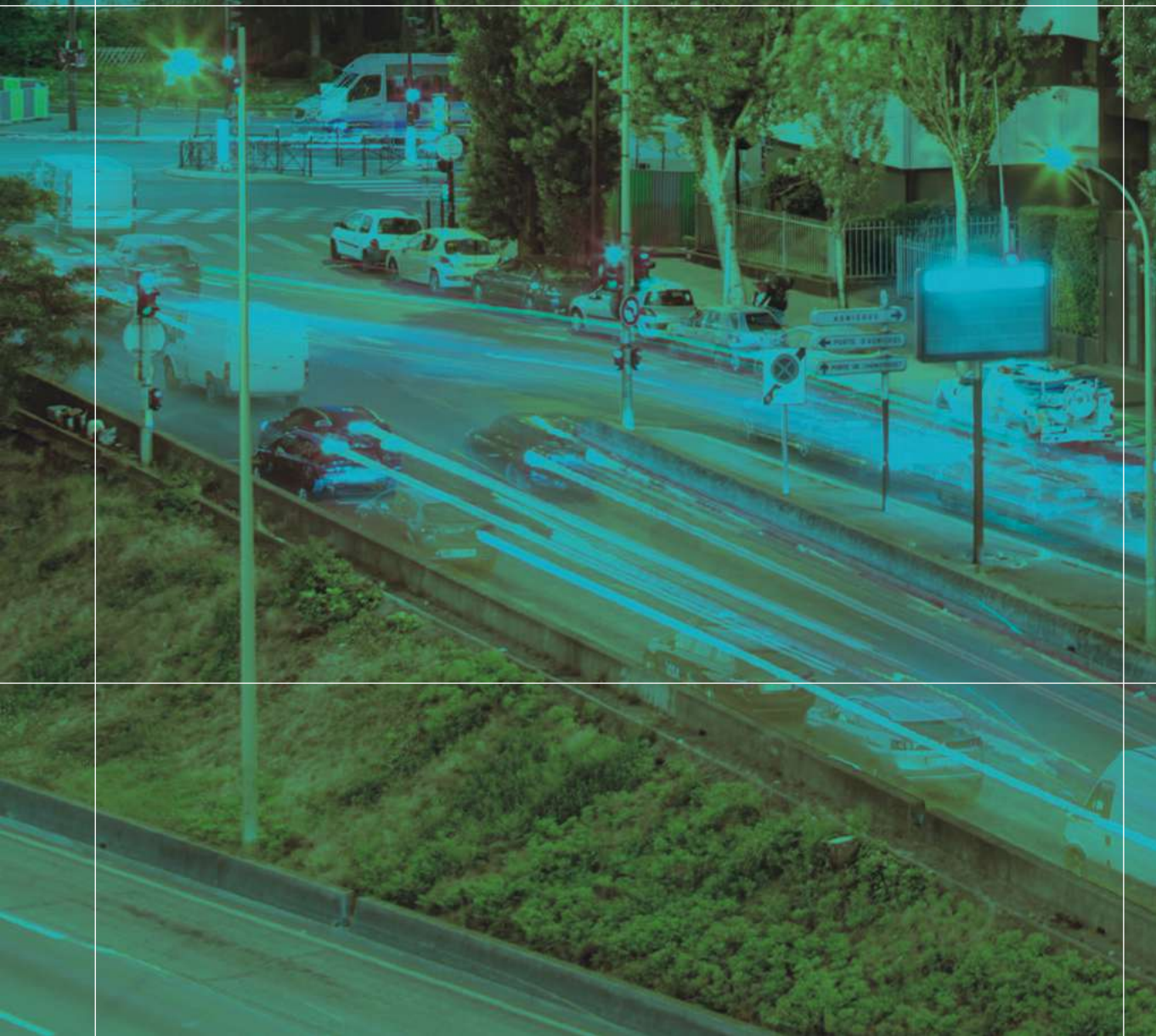
Un nouvel engagement pour le climat

L'ÉTHIQUE AU CŒUR DE LA RESPONSABILITÉ D'ENTREPRISE

Éthique et compliance

Les relations avec les fournisseurs

LA PERFORMANCE ENVIRONNEMENTALE



6

LES ENGAGEMENTS DÉVELOPPEMENT DURABLE



La filière électrique connaît une mutation profonde. La maîtrise de l'énergie constitue un enjeu majeur et une opportunité de développement pour Rexel. Favoriser l'innovation et le progrès énergétiques dans les communautés au sein desquelles le Groupe opère est à la fois une ambition et une responsabilité dans la construction d'un avenir durable.

6

LA MAÎTRISE
DE L'ÉNERGIE
AU CŒUR
DU MODÈLE

MAÎTRISE DE L'ÉNERGIE
ET DÉVELOPPEMENT DURABLE

Énergie propre et sûre dans son utilisation, l'électricité constitue un levier essentiel pour transformer durablement les territoires. Rexel distribue et développe les produits et solutions permettant d'accélérer la transition énergétique, tout en réduisant sa propre empreinte environnementale. Par ailleurs, le Groupe incite l'ensemble de ses parties prenantes à mettre en œuvre les pratiques responsables et éthiques qu'il applique à ses opérations et auprès de ses collaborateurs.

La démarche de développement durable

La stratégie de développement durable de Rexel est un des leviers privilégiés par le Groupe pour atteindre ses objectifs de croissance rentable et de création de valeur. Ces convictions fondent les quatre piliers de la démarche de développement durable du Groupe : améliorer la performance environnementale; agir avec éthique et intégrité; promouvoir des pratiques responsables dans la chaîne de valeur; impliquer et accompagner les collaborateurs.

La promotion de l'efficacité énergétique

Rexel capitalise sur sa position d'intermédiaire entre fabricants et professionnels de l'énergie pour faire connaître et adopter par ses 650 000 clients dans le monde les solutions écoresponsables qu'il commercialise.



EFFICACITÉ ÉNERGÉTIQUE
DE L'HABITAT

La solution **Energeasy Connect**, développée par Rexel, permet de piloter les différentes fonctionnalités de l'habitat liées au confort, à la sécurité et à la maîtrise d'énergie. À ce jour, plus de 20 000 installations ont été réalisées en France avec près de 160 000 équipements connectés.

Le programme **Primexel**, développé par le Groupe en partenariat avec Économies d'Énergie, permet aux clients professionnels éligibles aux Certificats d'économie d'énergie (CEE) de simuler le montant de leurs primes s'ils réalisent des travaux de rénovation qui réduisent la consommation énergétique des bâtiments.

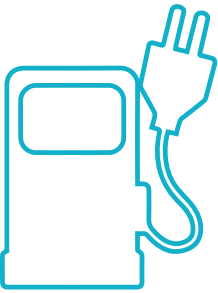
OBJECTIFS 2020 ATTEINTS
AVANT LA DATE CIBLE

-36,9 %

Cette baisse des émissions de GES des opérations du Groupe, atteinte dès 2018, dépasse l'objectif que Rexel s'était fixé pour 2020.

x2,07

LES VENTES DE SOLUTIONS D'EFFICACITÉ ÉNERGÉTIQUE ONT PLUS QUE DOUBLÉ EN 2018. CE QUI REPRÉSENTE 1,74 MILLIARD D'EUROS DE CHIFFRE D'AFFAIRES (DONT 264 MILLIONS D'EUROS POUR LES SOLUTIONS D'ÉNERGIES RENOUVELABLES).



MOBILITÉ ÉLECTRIQUE

Rexel investit dans un marché à fort potentiel avec une offre de bornes de recharge pour véhicules électriques. Le Groupe propose des solutions globales : étude des besoins, montage du dossier de subventions, éventuel financement locatif, installation des bornes de recharge via la mise en relation avec un installateur certifié.

ÉNERGIES RENOUVELABLES

Rexel fournit une gamme complète de solutions photovoltaïques : panneaux solaires, structures de fixation, onduleurs, câbles spéciaux, équipements de sécurité. Dans le secteur de l'éolien, le Groupe propose à la fois l'approvisionnement, la gestion des stocks et la mise à disposition de produits pour les lignes d'assemblage.

6 —

LA LUTTE
CONTRE
LE CHANGEMENT
CLIMATIQUE

—

CONSTRUIRE UNE FRANCE
NEUTRE EN CARBONE

En 2018, Rexel a participé à l'étude « ZEN 2050 ». Menée par Entreprises pour l'Environnement (EpE), elle est une exploration collective (experts, parties prenantes variées, entreprises tous secteurs) de la faisabilité de la « neutralité carbone de la France en 2050 ». Elle intègre les dimensions physiques, techniques, économiques et sociologiques.

Les résultats présentés en mai 2019 montrent que l'objectif :

- est possible et compatible avec la croissance économique et la création d'emplois ;
- est réalisable, si tous les acteurs – pouvoirs publics, entreprises et citoyens – l'acceptent et décident ensemble d'engager au plus tôt la transformation.

DÉMARCHE
SCIENCE BASED TARGETS

L'initiative Science Based Targets est un projet d'experts internationaux regroupant le World Wildlife Fund (WWF), le Pacte mondial des Nations unies, le Carbon Disclosure Project (CDP) et le World Resources Institute (WRI), qui encourage les entreprises à définir des objectifs de réduction des émissions de gaz à effet de serre cohérents avec les préconisations scientifiques. Les cibles de réduction retenues sont ensuite évaluées scientifiquement et validées par la SBTi (Science Based Targets initiative).

Rexel s'est engagé dans cette démarche afin d'aligner ses objectifs sur ceux des accords de Paris, pour limiter la hausse de la température moyenne mondiale en dessous de 2°C.

Une demande a été déposée à la SBTi, assortie d'objectifs de réduction sur les Scopes 1, 2 et 3 et de méthodes de suivi.



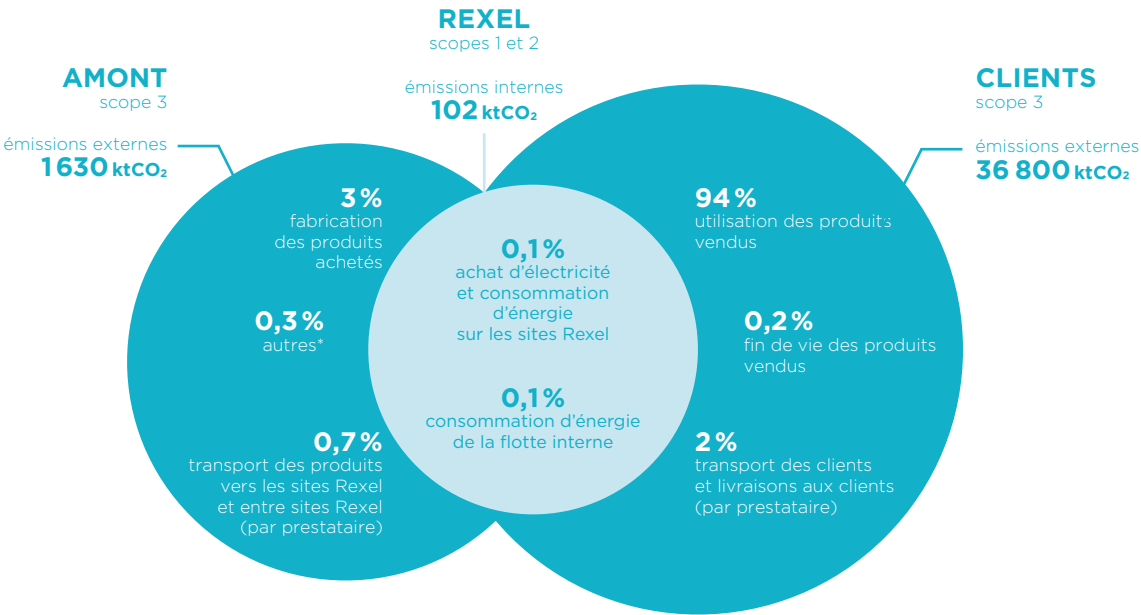
UN NOUVEL ENGAGEMENT POUR LE CLIMAT

Le changement climatique est l'un des défis majeurs de ce siècle. La maîtrise de l'énergie peut à elle seule absorber 40 % de la baisse d'émissions nécessaire au respect des accords de Paris sur le climat. Au cœur de la filière électrique, Rexel est engagé dans la limitation de la hausse des températures globales à +2°C d'ici à la fin du siècle et contribue à la lutte contre le dérèglement climatique :

- en proposant à ses clients les produits et solutions permettant d'accélérer la transition énergétique ;
- en réduisant sa propre empreinte environnementale ;
- en encourageant l'ensemble de ses parties prenantes à s'engager pour être acteurs de la transition bas-carbone.

La performance de Rexel en matière de lutte contre le changement climatique a été reconnue par le Carbon Disclosure Project (CDP) qui lui a pour la première fois attribué la note « A ». Le Groupe intègre ainsi la liste des 139 entreprises mondiales les plus investies en la matière.

RÉDUIRE LES ÉMISSIONS DE GAZ À EFFET DE SERRE
SUR L'ENSEMBLE DE LA CHAÎNE DE VALEUR



Rexel suit et mesure ses émissions de CO₂, grâce à la réalisation de son bilan d'émission de gaz à effet de serre sur la totalité de sa chaîne de valeur. Les émissions internes (scope 1 et 2) sont très faibles. Le poste le plus significatif est celui de l'usage des produits (scope 3).

* Déplacements domicile-travail, voyages d'affaires, déchets sur les sites Rexel, biens d'équipement, etc.

6

L'ÉTHIQUE
AU CŒUR DE LA
RESPONSABILITÉ
D'ENTREPRISE

ÉTHIQUE ET COMPLIANCE

En 2018, Rexel a publié son Code de conduite anticorruption, conformément aux exigences de la législation française, qui définit et illustre les différents types de comportements à proscrire. Annexé au règlement intérieur des entités, il est également disponible sur le site internet dédié à l'éthique et à la compliance. Il a fait l'objet de formations présentiellles, qui se sont ajoutées aux formations en ligne déjà existantes.

Le Groupe a déployé un programme de compliance commun à l'ensemble de ses filiales, mis à jour chaque année pour intégrer les nouvelles normes et réglementations. Une campagne d'autoévaluation est menée tous les ans pour vérifier que l'ensemble des entités et des filiales suivent et respectent les procédures et le programme. En 2018, quatre nouveaux contrôles liés à l'éthique des affaires ont été ajoutés.

UN NOUVEAU SYSTÈME
D'ALERTE

En 2018 un nouveau système d'alerte a été mis en place pour mieux garantir la confidentialité des lanceurs d'alerte. Accessible depuis le site Rexel.com, il est centralisé au siège du Groupe sous la responsabilité d'un comité d'éthique composé de trois personnes (Responsable éthique & compliance Groupe, Secrétaire Général et DRH). La procédure est ouverte à tous les salariés dans tous les pays du Groupe, ainsi qu'aux clients, fournisseurs, sous-traitants et à l'ensemble des parties prenantes.

86 %

des collaborateurs estiment être parfaitement informés des engagements éthiques de Rexel grâce au Guide d'éthique, soit une hausse de 5 points par rapport à 2015 (enquête interne Satisfaxion 2018).

80 %

DES COLLABORATEURS DES FILIALES EUROPÉENNES ÉTAIENT FORMÉS À LA PROTECTION DES DONNÉES PERSONNELLES ET À LA MISE EN ŒUVRE OPÉRATIONNELLE DU RGPD* AU 31 DÉCEMBRE 2018.

* Règlement général sur la protection des données

LES RELATIONS AVEC LES FOURNISSEURS

Rexel s'emploie à instaurer un dialogue continu et constructif dans le respect des enjeux sociaux et environnementaux avec ses fournisseurs et ses sous-traitants, qui doivent respecter les principes de son Guide d'éthique et se conformer notamment à l'obligation de respecter les conventions fondamentales de l'Organisation internationale du travail.

Une plateforme d'évaluation de la performance RSE (Responsabilité sociale et environnementale) des fournisseurs et des sous-traitants est déployée depuis 2015. Le questionnaire d'évaluation d'EcoVadis couvre 120 critères répartis sur quatre piliers : environnement, social et droits de l'homme, éthique et achats responsables. Après deux campagnes d'évaluation, la seconde en 2018, 161 fournisseurs, représentant 54 % des achats directs en valeur du Groupe, ont été évalués. Rexel s'est fixé pour objectif d'évaluer la performance RSE de 80 % de ses achats directs d'ici à 2020.

Dans le cadre de l'évaluation effectuée par EcoVadis, le Groupe est classé au niveau Gold. Avec une note de 71/100, il se classe dans le top 5 des entreprises évaluées par EcoVadis dans le monde, tous secteurs d'activité confondus, et premier de son secteur d'activité.

En complément d'EcoVadis, Rexel réalise des audits ciblés sur site de certains fournisseurs. En 2018, dans le cadre de la mise en place du plan de vigilance, le Groupe a étendu le périmètre de ces audits et augmenté leur nombre en se focalisant sur les pays les plus à risques.

INDICES ISR
(INVESTISSEMENT
SOCIALEMENT
RESPONSABLE)

 DJSI (Dow Jones Sustainability Index) Europe : en 2018, Rexel gagne deux places et se classe en tête des entreprises européennes et parmi les cinq meilleures entreprises mondiales du secteur.

 FTSE4Good

 STOXX® Global Climate Change Leaders Index

 Ethibel Sustainability Index Excellence Europe

 Euronext, Vigeo Eiris Eurozone 120 Index, Euronext, Vigeo Eiris Europe 120 Index

« CHEZ REXEL, C'EST
100 % DES ÉQUIPEMENTS
RECYCLÉS »

Rexel France, en partenariat avec l'éco-organisme Recylum, propose 3 options de recyclage à ses clients : la dépose en agence, la mise à disposition de conteneurs sur leur lieu de travail ou sur leurs chantiers, qui concernent tous les équipements usagés : appareillage du bâtiment ou industriel, infrastructure réseau, sécurité communication, génie climatique, production d'énergie, outillage mesure et fixation, éclairage, plomberie.

LA PERFORMANCE ENVIRONNEMENTALE
DE REXEL

L'enjeu est de gérer de manière cohérente et durable, dans les 26 pays du Groupe et sur plus de 2 000 implantations, la performance environnementale des sites, des transports et des produits distribués.

Cette démarche s'appuie sur :

- un réseau de 60 experts environnement et, plus largement, sur la formation de tous les collaborateurs ;
- une Charte pour l'environnement déployée dans 94 % des sites, dont 45 % disposent de systèmes de management environnemental.

Rexel se veut exemplaire dans la maîtrise de l'efficacité énergétique de ses sites :

- éclairage basse consommation, systèmes de contrôle et solutions de gestion automatisés, fournisseurs d'énergies renouvelables ;
- diminution de l'empreinte carbone des transports : mutualisation des flottes de véhicules, rationalisation des tournées de livraison, recours préférentiel aux transporteurs « propres » ;
- mise en place d'un système de gestion et reprise des déchets d'équipements électriques et électroniques (DEEE) dans ses sites européens conformément à la Directive européenne du même nom.

7

LA SOLIDARITÉ ÉNERGÉTIQUE

PARTAGER LE PROGRÈS ÉNERGÉTIQUE

La Fondation Rexel pour le progrès énergétique

AMÉLIORER L'ACCÈS DES PLUS DÉMUNIS À L'EFFICACITÉ ÉNERGÉTIQUE

Les projets solidaires

Les projets portés par les collaborateurs

LE SOUTIEN AUX ENTREPRENEURS SOCIAUX

La plateforme des entrepreneurs sociaux

Les projets d'innovation sociale

LE PARTAGE DES CONNAISSANCES

L'expertise en efficacité énergétique

EcoBlock, ou l'écoquartier duplicable

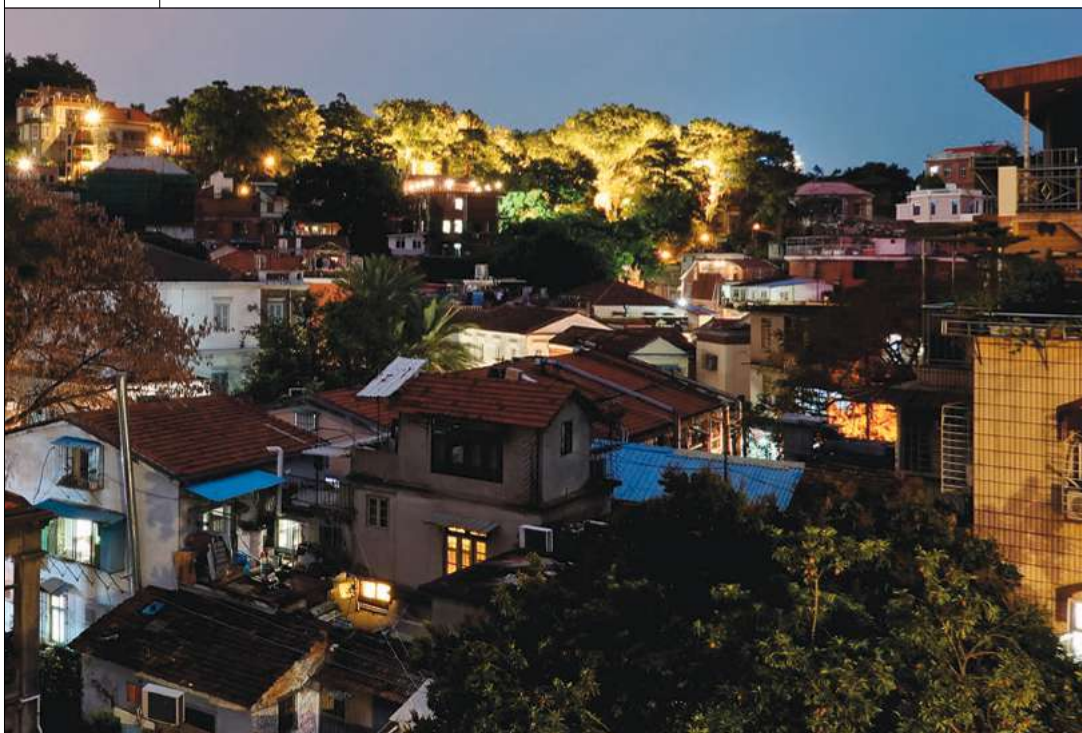
L'INNOVATION AUTREMENT

L'Innovation Day 2018

Les Ateliers de Roubaix



LA SOLIDARITÉ ÉNERGÉTIQUE



La question de l'accès de tous à l'énergie, mais aussi à des solutions d'efficacité énergétique flexibles et innovantes est un défi que la filière énergétique doit relever. En raison de sa place unique au cœur de la chaîne de valeur, le groupe Rexel s'est engagé à faciliter l'accès de tous à une énergie abordable, propre et efficace.

7

PARTAGER
LE PROGRÈS
ÉNERGÉTIQUELA FONDATION REXEL
POUR LE PROGRÈS ÉNERGÉTIQUE

La croissance de la population mondiale, jointe à l'explosion de l'urbanisation, contribue à nourrir la demande d'électricité dans le monde.

Parallèlement, la précarité énergétique ne cesse d'augmenter. Plus d'un milliard de personnes n'a pas accès à l'électricité. En Europe, entre 50 et 125 millions de personnes sont en situation de précarité énergétique. En France comme en Angleterre, plus de 10 millions d'habitants ne parviennent pas à se chauffer correctement.

La création de la Fondation Rexel pour le progrès énergétique, en 2013, a permis de **développer une approche solidaire et responsable** en explorant les pistes permettant de mieux partager le progrès énergétique et de lutter contre la précarité énergétique.

Mettre en place des solutions d'efficacité énergétique constitue une **opportunité majeure** pour réduire la facture énergétique des ménages, rénover les bâtiments et éliminer les gaspillages. C'est aussi l'occasion de revisiter les usages et de promouvoir les énergies moins carbonées.

Placée sous l'égide de la Fondation de France, la Fondation Rexel s'appuie sur trois types de programmes pour mener à bien sa mission :

- **les projets solidaires** auprès des populations les plus défavorisées, par le financement et le soutien d'actions portées par des associations ou des fondations ;
- **les projets d'innovation sociale**, par la promotion de solutions et de modèles socialement novateurs dans le domaine de l'énergie ;
- **les études et les recherches académiques**, afin de développer les connaissances et la sensibilité au sujet de l'efficacité énergétique.

LES CHIFFRES
DE LA FONDATION
EN 2018

20

PAYS
D'INTERVENTION60 
partenaires+ de 70
PROJETS SOUTENUS
DEPUIS LA CRÉATION
EN 2013165 000
bénéficiairesLES CHIFFRES DE LA PRÉCARITÉ
ÉNERGÉTIQUE EN FRANCE

15 % DES FRANÇAIS déclarent avoir souffert du froid au cours de l'hiver 2017, pendant au moins 24 heures.



543 874 MÉNAGES ont subi l'intervention d'un fournisseur d'énergie (réduction de puissance, suspension de fourniture, résiliation de contrat) suite à des impayés.



11,6 % DES FRANÇAIS dépensent plus de 8 % de leurs revenus pour payer leur facture énergétique.

Source : Tableau de bord de la précarité énergétique, Observatoire national de la précarité énergétique, 2018.

7_

AMÉLIORER L'ACCÈS DES PLUS DÉMUNIS À L'EFFICACITÉ ÉNERGÉTIQUE

LES PROJETS SOLIDAIRES

La Fondation Rexel s'engage auprès des communautés locales en soutenant des projets destinés à améliorer l'accès des populations les plus défavorisées à l'efficacité énergétique. Pour atteindre cet objectif, la Fondation noue des partenariats avec des ONG, d'autres fondations, mais aussi des clients et des fournisseurs de Rexel, dans les pays en développement comme dans les pays développés.

Parmi les 23 projets solidaires soutenus par la Fondation depuis sa création, on peut notamment citer :

- **l'auto-réhabilitation de l'habitat** avec les Compagnons bâtisseurs, qui aident les habitants des quartiers prioritaires en France (Rennes, Roubaix, Sarcelles, Bordeaux et Avignon) à rénover leur logement. Leur démarche mise sur l'entraide et la coopération, en incitant les habitants à prendre l'initiative des travaux et à s'y impliquer ;
- **la construction d'habitats durables** pour le plus grand nombre aux États-Unis, avec Next Step Network, qui met en relation des entreprises du bâtiment et des fournisseurs d'équipements membres du réseau Next Step, afin d'offrir aux familles américaines à faibles revenus l'opportunité d'acquérir une maison éco-efficace ;
- **la sensibilisation des collégiens et lycéens** des zones prioritaires en France aux métiers de la filière électrique avec la Fondation Teknik : un projet d'envergure nationale qui vise à transmettre le goût de la culture technique et industrielle et, surtout, à déconstruire les stéréotypes liés à ces métiers dans une démarche volontariste valorisant l'égalité des chances et la mixité.

Village Vert de Raipur, Inde

L'association LP4Y, créée en 2009, travaille avec des jeunes en situation de grande pauvreté dans une dizaine de pays, dont l'Inde. Sa pédagogie innovante, basée sur l'entrepreneuriat, repose sur la construction d'un écosystème d'intégration sociale et professionnelle. En 2018, LP4Y a lancé un projet pilote : la création d'un centre d'excellence à Raipur, la capitale du Chhattisgarh. Le Green Village de Raipur accueille 80 jeunes tous les trois mois, sélectionnés à la sortie de leur formation technique. Ils suivent un programme de formation tout en participant à la construction et au management du Green Village. Déjà professionnalisés, ils ont ainsi l'occasion de tester et d'améliorer leurs compétences en développant plusieurs projets : un restaurant et une auberge de jeunesse, un café communautaire, des prestations durables (construction, jardinage, électricité et mobilier) et une banque gérant la monnaie locale.

LES PROJETS PORTÉS PAR LES COLLABORATEURS

La Fondation Rexel encourage les collaborateurs du Groupe à s'impliquer dans les activités de la Fondation. Leur participation peut prendre la forme d'un soutien logistique, matériel ou humain. Une façon courante de s'impliquer est de parrainer un projet solidaire mené par une association. Les projets soumis par les collaborateurs doivent s'inscrire dans le territoire d'engagement défini par la charte d'engagement sociétal du Groupe. Ils sont soumis à des critères d'éligibilité et de suivi précis.

Parmi les projets portés par les collaborateurs, on peut notamment citer :

- **un système de purification de l'eau fonctionnant à l'énergie solaire**, pour alimenter en eau potable les populations du Cambodge, de Madagascar et d'Inde. Grâce au parrainage – par un collaborateur de Rexel France – de l'association 1001 Fontaines, dont la mission est d'assurer la distribution d'eau potable dans les zones isolées, et au soutien financier de la Fondation Rexel, 1001 Fontaines améliore ses unités de traitement de l'eau, composées de micro-filtres, de lampes UV et de panneaux solaires ;
- **la restauration d'une centrale hydroélectrique dans la région de Velaux (Bouches-du-Rhône)** : un collaborateur de Rexel France, la coopérative d'énergie Enercoop et Provence Énergie Citoyenne ont mené ce projet de territoire à bien. Cette initiative citoyenne permet de récupérer localement le contrôle de la production d'électricité et des ressources naturelles ;
- **l'équipement de communautés amérindiennes en énergie solaire** : sous l'impulsion d'une collaboratrice de Gexpro, filiale du Groupe aux États-Unis, la Fondation finance le National Tribal Solar Program de l'ONG Grid Alternatives afin de lutter contre la précarité énergétique des communautés amérindiennes aux États-Unis.



Les Ambitieuses de La Ruche

Soutenue par la Fondation Rexel, La Ruche est un réseau national qui accompagne localement celles et ceux qui veulent entreprendre ou développer leur activité de manière durable. En 2018, La Ruche a lancé le premier concours dédié aux start-up tech portées par des femmes : Les Ambitieuses Tech for Good! Les candidates doivent démontrer que leur projet repose sur un modèle économique pérenne et ambitieux, qu'il contribue à une société plus juste et plus durable, et qu'il est porté par une équipe solide et motivée. Les sept lauréates du concours 2018 et leur équipe bénéficient d'un dispositif d'accompagnement de six mois pour consolider leur projet et développer leur entreprise à travers :

- **un accès privilégié au réseau des Ruches**, espaces de travail collaboratifs spécialisés dans l'entrepreneuriat à impact ;
- **un programme d'accélération**, assuré par La Ruche Factory et ses partenaires pour renforcer leur leadership, accélérer le développement de leur activité, les outiller pour la levée de fonds, les former à la négociation, à la communication et à toutes les pratiques numériques utiles à leur projet.

7_

LE SOUTIEN AUX ENTREPRENEURS SOCIAUX



+ de 1 500 ménages sont devenus propriétaires de maisons labélisées Energy Star grâce à Next Step aux États-Unis.

LA PLATEFORME DES ENTREPRENEURS SOCIAUX

En 2014, la Fondation Rexel a créé une **plateforme d'innovation et d'entrepreneuriat social**, centrée sur l'efficacité énergétique, réunissant des innovateurs sociaux et des mécènes. Son objectif est de favoriser l'émergence de modèles socialement innovants visant à faciliter l'accès du plus grand nombre à l'efficacité énergétique. Animée par l'équipe de la Fondation Rexel, elle a quatre missions principales :

- identifier les innovations sociales dans le domaine de l'énergie ;
- accompagner et soutenir les initiatives des entrepreneurs sociaux ;
- offrir un lieu d'échange, de connaissances et de ressources à ses membres ;
- évaluer la performance et l'impact durable de leurs projets.

Toute organisation convaincue que l'économie sociale et solidaire est un modèle alternatif d'avenir, qui souhaite accompagner les mutations positives de la société, peut devenir un partenaire de la plateforme : entreprises, associations, ONG, organismes publics ou parapublics, etc. Leur soutien aux entrepreneurs sociaux peut prendre la forme de mécénat de compétences, de donation de matériels, de soutien financier ou logistique ou encore de partage des savoirs.

Une douzaine d'entrepreneurs sociaux ont rejoint la plateforme. Tous ont un projet économique viable, une finalité sociale et/ou environnementale affirmée, un objectif lucratif limité et une gouvernance participative. Ils cherchent l'appui de la plateforme pour affiner leur projet et maximiser leur impact social.



LES PROJETS D'INNOVATION SOCIALE

Les projets soutenus par la plateforme des **entrepreneurs sociaux** proposent des modèles en rupture avec les pratiques traditionnelles, destinés à mieux partager le progrès énergétique et à lutter plus efficacement contre la précarité énergétique. Par exemple :

- l'accès à des services de l'énergie efficace dans les pays émergents (LP4Y, Entrepreneurs du monde, GERES, GRET) ;
- l'implication des ménages en situation de précarité énergétique (Soleni, Voisin malin, Logicités, les Compagnons bâtisseurs, Caritas Austria, Energise Sussex Coast, Grid Alternatives, Réseau Éco-Habitat, GERES, Habitat & Humanisme) ;
- l'accès à un habitat énergétiquement abordable et performant (Doremi, Action Tank Entreprise et pauvreté, Next Step) ;
- la promotion des énergies renouvelables (Énergie solidaire, Énergie partagée).

7 —

LE PARTAGE DES CONNAISSANCES

L'EXPERTISE EN EFFICACITÉ ÉNERGÉTIQUE

L'une des missions de la Fondation Rexel est de développer les connaissances en matière d'efficacité énergétique, afin de mieux en comprendre les enjeux, d'identifier des solutions innovantes et, *in fine*, de favoriser le partage des connaissances.

Parmi les projets soutenus par la Fondation, on peut citer les trois suivants :

- **la conception d'un modèle de production solaire communautaire**, collaboratif et citoyen, aux États-Unis, par le Rocky Mountain Institute : la création de deux coopératives solaires pilotes dans l'État de New York repose sur la réduction des coûts, une approche innovante de la localisation et du raccordement et l'établissement de formules de souscription flexibles accessibles à tous. La validation de ce projet est une étape importante pour donner confiance aux acteurs du marché;
- **la co-organisation de webinaires sur l'efficacité énergétique** dans le cadre de l'initiative Sustainable Energy for All (SE4ALL) lancée par la Fondation des Nations unies. La Fondation a rejoint le Réseau des professionnels de l'accès à énergie (Energy Access Practitioner Network) pour aider la SE4ALL à atteindre son objectif d'accès universel à l'énergie à l'horizon 2030;
- **un projet de recherche sur la notion de confort thermique** et l'optimisation énergétique des espaces confinés par l'École spéciale des travaux publics (ESTP) : l'objectif de cette recherche est de développer de nouvelles stratégies de contrôle de l'amélioration des conditions environnementales en intérieur et de réduire les consommations d'énergie.



ECOBLOCK, OU L'ÉCOQUARTIER DUPLICABLE

Le projet EcoBlock, soutenu depuis ses débuts par la Fondation, repose sur une approche multidisciplinaire et globale de la rénovation urbaine. Piloté par les universités de Berkeley et de Stanford, son objectif est de transformer un ensemble d'habitations dégradées à Oakland (Californie) en un quartier à haute performance énergétique par :

- **la rénovation individuelle des systèmes de distribution d'énergie**, d'eau et de traitement des eaux usées des 28 maisons contiguës du « block » ;
- **l'intégration de ces maisons au sein d'un système opérationnel « intelligent »** où les besoins en énergie sont entièrement comblés par l'utilisation de l'énergie solaire et où la consommation d'eau est réduite grâce au recyclage des eaux usées et à la collecte des eaux de pluie.

Ce projet conçu à l'échelle d'un bloc - durable, efficace et économique - pourrait servir de modèle en matière de rénovation urbaine. Il devrait aussi contribuer à la définition de nouvelles normes pour accélérer la rénovation durable des quartiers résidentiels. Une trentaine de chercheurs, architectes, industriels, organismes publics et privés participent au projet, en coopération avec les résidents.

EcoBlock

primé par *Le Monde*
Smart Cities

EcoBlock a été distingué lors de l'édition 2018 des prix internationaux de l'innovation urbaine *Le Monde* Smart Cities. Sept projets ont été retenus et récompensés, dont EcoBlock, parmi 111 candidatures déposées.

LA MESURE DE L'IMPACT DES INITIATIVES SOCIALES

La Fondation Rexel a publié en décembre 2018 le *Guide ACB* (Analyse Coûts Bénéfices), destiné aux acteurs de l'innovation sociale, avec pour objectif de les aider à mesurer l'impact de leurs projets. Ce guide a été élaboré en partenariat avec (IM)PROVE, expert de l'évaluation d'impact social, avec qui la Fondation Rexel avait déjà édité un *Guide de la mesure de l'impact social*, en 2017. Les entrepreneurs sociaux comme les associations doivent aujourd'hui apporter la preuve de la valeur financière de leur action sociale pour convaincre leurs partenaires financiers, publics et privés. Le *Guide ACB* leur offre une approche en cinq étapes, illustrée par des cas concrets, et propose des axes de réflexion ainsi qu'une évaluation de la charge de travail inhérente à cette démarche. Conçu de manière simple et pragmatique, il permet à toute association ou entreprise sociale de s'approprier une méthode d'évaluation rigoureuse ayant fait ses preuves.





L'INNOVATION DAY 2018

En juin 2018, à l'occasion de la 4^e édition de son « Innovation Day » organisé à Roubaix, la Fondation Rexel a réuni son écosystème de partenaires. Cette réunion a été l'occasion de faire évoluer les grands axes de la stratégie de la Fondation pour lutter contre la précarité énergétique :

- la volonté d'intégrer les personnes souffrant de précarité énergétique dans les réflexions et l'élaboration de solutions, alors qu'elles étaient jusqu'alors représentées par des associations ou des collectifs ;
- la prise de conscience, grâce à des interviews menées auprès d'une quinzaine de personnes en situation de précarité, que ce phénomène allait bien au-delà des difficultés à régler leurs factures d'énergie et relevait de leur parcours de vie : perte d'emploi, problèmes de mobilité, de santé, d'accès aux droits ;
- le constat que la précarité énergétique continue de progresser en dépit d'investissements massifs (1,4 milliard d'euros) et de l'existence de multiples mécanismes d'aide.

LES ATELIERS DE ROUBAIX

De septembre à décembre 2018, quatre ateliers collaboratifs ont été mis en place, sur le principe de l'écoute et de la feuille blanche, avec pour objectif de construire, en commun, des solutions :

- l'atelier du mois de septembre a permis de mettre en lumière que le frein à la sortie de la précarité énergétique n'était pas tant la difficulté à comprendre les démarches, que les sentiments de honte, de peur, d'isolement, d'addiction, de dépression, etc.
- l'atelier du mois d'octobre avait pour objectif de voir comment agir contre ces freins en encourageant les discussions autour de l'importance du collectif, de la confiance, de la réussite, de l'attitude positive, de l'envie de se battre, de la fraternité, de la projection dans le futur, etc.
- l'atelier du mois de novembre a permis de construire des ébauches de solutions autour de trois grands thèmes : le collectif, le parrainage et la notion de point de rassemblement ;
- l'atelier du mois de décembre a validé plusieurs solutions à mettre en œuvre, sous la houlette des participants aux différents ateliers.

Ces solutions ont commencé à être expérimentées à partir de mars 2019. Avec un point fort : une véritable communauté très soudée et impliquée. Dans un premier temps, elles se sont limitées à de l'accompagnement pour valider leur impact. Dans un second temps, elles pourront être déployées à plus grande échelle, à Roubaix, puis dans d'autres localités.



Roubaix

La Fondation s'est positionnée en tant qu'opérateur de solutions à la précarité énergétique avec cette première opération, qui a trouvé son ancrage à Roubaix, la ville la plus pauvre de France, autour des participants réunis lors de l'Innovation Day : une quinzaine d'habitants, l'agence Rexel de Roubaix, la Fondation Abbé Pierre, un entrepreneur social (Energie Solidaire), des associations (les Compagnons Bâtisseurs, Voisin Malin), un consultant Greenflex, une start-up, EDF Solidarité, le CCAS (Centre Communal d'Action Social de Roubaix, le GRAAL (Groupe de Recherche pour l'Aide et l'Accès au Logement)



12 millions de personnes en France sont touchées par la précarité énergétique, soit 1/5 de la population.

Ce document a été réalisé par le Secrétariat Général du groupe Rexel.
Rexel remercie ses collaborateurs et partenaires qui ont participé
à la rédaction et aux photographies de ce document.
Les informations contenues dans le présent document font l'objet
de développements complémentaires sur le site Internet
du Groupe www.rexel.com et sur le site dédié au Rapport d'activité
et de développement durable 2018.rexel.com

REXEL

13, boulevard du Fort-de-Vaux
75838 Paris Cedex 17 - France
Tél. : + 33 (0)1 42 85 85 00
Fax : + 33 (0)1 42 85 92 02

Direction de la publication : Sébastien Thierry
Rédaction en chef : Julien Fernandez
Coordination : Hugo Haddouf, Anneliese Lecouteux

CONCEPTION ET RÉALISATION

i c i Barbès / Sandrine Gazal, Marie-Hélène Moudingo
Rédaction : Isabelle Huchet / Traduction : Katrin Dubreuil, Oana Gulei Jan
Direction de création : Pascal Duval / Conception graphique : William Londiche
Maquettiste : Delphine Delaroche, Géraldine Milani / Fabrication : Olivier Blachère
Publication : octobre 2019

CRÉDITS PHOTO :

Couverture: Frédéric Delangle
Chapitre 1: Riddhish Chakraborty/Getty Images ; Getty Images ; Michael Fitzgerald/ Getty Images ; Chalfy/Getty Images
Chapitre 2: Franck Rogoziensk/Capa Pictures/Rexel ; Pierre Olivier/Capa Pictures/Rexel ; Getty Images ; Paul Bradbury/Getty Images ; MarioGuti/Getty Images ; DuKai Photographer/Getty Images ; Shariff Che'Lah/Getty Images
Chapitre 3: Pierre Olivier/Capa Pictures/Rexel ; Adam Wiseman/Rexel ; Pierre Olivier/Capa Pictures/Rexel ; Jean-Philippe Wallet/Getty Images
Chapitre 4: Getty Images ; Getty Images ; Getty Images ; Michel Caumes/Rexel ; Lilian Marolleau / Rexel ; Michel Caumes/Rexel ; Michel Caumes/Rexel
Chapitre 5: Getty Images ; Ariel Skelley/Getty Images ; Getty Images
Chapitre 6: Getty Images ; David Papazian/Getty Images ; Getty Images
Chapitre 7: paulz999/Getty Images ; iStock ; Getty Images ; Amy Eckert/Getty Images ; iStock ; Getty Images ; Mario Eduardo Koufios Fraiz/Getty Images ; Hubert Van Maele/agence MaxPPP

Rexel

**13, boulevard du Fort-de-Vaux
75838 Paris Cedex 17 - France
Tel: + 33 (0)1 42 85 85 00
Fax: + 33 (0)1 42 85 92 02
www.rexel.com**