

VENTES DU 1^{er} TRIMESTRE 2021

Solide début d'année avec une croissance des ventes en hausse de +8,6% à jours constants
Croissance tirée par un modèle économique robuste, une demande saine et une accélération de la reprise
Tendance positive des prix qui doit s'accélérer dans les prochains trimestres

→ **Ventes de 3 331,2M€ au T1 2021, en hausse de +8,6% à jours constants**

- Dynamique positive dans l'ensemble des géographies, tirant profit de notre organisation multicanale, de la demande croissante en produits électriques et de l'amélioration de la situation sanitaire dans de nombreux pays
- La Chine est en hausse de +60,1% (contribution de +140bps à la croissance des ventes du Groupe à jours constants), premier pays à sortir de la crise de COVID-19, ouvrant la voie aux autres géographies
- Contribution positive des prix de produits à base de câble (+290bps) et non-câble (+240bps) ; cette tendance devrait s'accélérer au cours des prochains trimestres

→ **L'activité est à un niveau supérieur à celui d'avant-crise pour la première fois, avec une croissance en hausse de +5,4% à jours constants par rapport au T1 2019**

→ **Pleine capacité à capter la reprise grâce à notre modèle économique agile, tirant profit d'un réseau d'agences resté intact et de l'accélération de l'adoption du digital**

→ **Les ventes digitales du T1 2021 ont représenté 22,6% du CA total, en hausse de +242 bps malgré un effet de base difficile en raison de leur forte hausse durant la pandémie l'année dernière**

→ **Confirmation des objectifs annuels 2021**

Chiffres clés (M€)	T1 2021	Variation	T1 2021 vs T1 2019
Ventes	3 331,2		
En données publiées		+3,3 %	+0,5 %
En données comparables et à nombre de jours courant		+6,5 %	+3,7 %
En données comparables et à nombre de jours constant		+8,6 %	+5,4 %
Ventes à nombre de jours constant par géographie			
Europe	1 977,1	+10,8 %	+9,2 %
France	775,9	+20,1 %	+12,8 %
Scandinavie	246,6	(1,0)%	+7,4 %
Benelux	217,0	+10,7 %	+14,8 %
Allemagne	190,6	+13,5 %	+17,7 %
Royaume-Uni	181,2	(3,7)%	(8,0)%
Autriche	109,0	+29,9 %	+27,8 %
Europe du Sud	69,6	(1,8)%	(12,3)%
Amérique du Nord	1 053,4	+1,2 %	(3,1)%
Etats-Unis	784,0	(0,4)%	(6,2)%
Canada	269,4	+6,0 %	+7,5 %
Asie-Pacifique	300,6	+23,7 %	+13,8 %
Chine	125,6	+60,1 %	+21,2 %
Australie	125,4	+3,5 %	+6,1 %

Patrick BERARD, Directeur Général, a déclaré:

"Je suis extrêmement satisfait du bon début d'année, démontrant la pertinence de notre stratégie présentée à l'occasion de notre "Journée investisseurs" et reflétant la forte demande sous-jacente liée à la hausse des usages électriques et de la transition énergétique. Le bon trimestre démontre également la montée en puissance des effets positifs de notre profonde transformation digitale, comme en témoigne la croissance de la pénétration digitale qui atteint désormais 22,6% des ventes.

Nos équipes ont, à nouveau, démontré leur agilité et leur capacité à s'adapter à un environnement en constante évolution, à réagir et à faire face à certains de nos marchés finaux encore profondément touchés par la pandémie ainsi qu'à la soudaine hausse des prix et à la rareté des produits. Dans ce contexte, le rôle du distributeur dans la chaîne de valeur est encore renforcé, car nous accompagnons les clients pour mieux gérer la situation.

Nos ventes du T1 ainsi que la tendance d'avril renforcent notre confiance en notre capacité à atteindre nos objectifs de l'année et nos ambitions moyen-terme."

ANALYSE DES VENTES AU 31 MARS 2021

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

VENTES

Au 1^{er} trimestre, les ventes ont augmenté de +3,3% en données publiées et de +8,6% en données comparables et à nombre de jours constant, reflétant une forte amélioration par rapport au T4 2020.

Au 1^{er} trimestre, Rexel a enregistré des ventes de 3 331,2M€, en hausse de +3,3% en données publiées, incluant :

- Un effet de change négatif de (73,4)M€, soit (2,3)% des ventes du T1 2020, principalement lié à la dépréciation du dollar américain contre l'euro ;
- Un effet de périmètre net négatif de (24,1)M€, soit (0,7)% des ventes du T1 2020, résultant principalement de la cession de Gexpro Services aux Etats-Unis et de la récente acquisition de l'activité Wesco Utility au Canada ;
- Un effet calendaire négatif de (2,1) points de pourcentage.

En données comparables et à nombre de jours constant, les ventes ont augmenté de +8,6%, incluant un effet positif lié aux variations du prix des câbles à base de cuivre de +2,9% au T1 2021 vs. (0,4)% au T1 2020. Cette solide performance des ventes du T1 2021 reflète :

- Notre modèle économique robuste et notre capacité à capter la reprise, notamment grâce à un réseau d'agences resté intact et une accélération des ventes digitales ;
- Une demande sous-jacente saine avec la hausse des usages électriques et une plus grande complexité des solutions installées, compensant un niveau moindre de dépenses dans les marchés finaux, encore fortement impactés par la pandémie ;
- Un environnement de prix favorable sur les produits à base de câbles (+290bps) et non câbles (+240bps). Nous anticipons une accélération de cette contribution positive au cours des prochains trimestres en raison de la hausse des prix des matières premières et à la rareté de certains composants/produits. Cette rareté de certains produits représente une opportunité pour Rexel, grâce à notre capacité à offrir des marques alternatives à nos clients.

Au niveau du Groupe, l'activité est de retour à un niveau d'avant-crise pour la première fois, comme le reflète la croissance à jours constants de **+5,4% par rapport au T1 2019**, grâce notamment à l'Europe (+9,2%) et à l'Asie-Pacifique (+13,8%), tandis que l'Amérique du Nord accuse encore un retard, en recul de **(3,1)% par rapport au T1 2019, en dessous du niveau d'avant-crise**.

Plus spécifiquement, le trimestre a bénéficié de la poursuite de la digitalisation, avec des ventes digitales qui représentent 22,6% des ventes du Groupe, en hausse de +242 bps comparé au T1 2020, malgré un effet de base difficile qui s'explique par l'accélération des ventes digitales durant la pandémie, notamment en Chine au T1 2020 puis dans d'autres pays à partir de mars 2020. Les tendances en Asie-Pacifique (3,9% des ventes, en baisse de (88) bps) furent largement neutralisées par l'amélioration des ventes digitales en Europe, où elles représentent 32,7% des ventes, en hausse de +353 bps, et par la poursuite de la progression en Amérique du Nord, représentant 8,9% du chiffre d'affaires, en amélioration de +37 bps.

En France, le taux de pénétration digitale progresse de +489 bps, représentant 25% des ventes au T1, avec une amélioration des transactions Web (+339bps) et EDI (+149bps). Cela reflète notamment une forte progression de la conversion de la "recherche web en achat", avec un taux de conversion désormais supérieur à 10% des clients connectés, soutenue par plusieurs facteurs:

- La hausse de 24% des clients connectés ;
- L'amélioration de la navigation, avec une meilleure recherche et personnalisation des pages web ;
- Une hausse de la valeur du panier digital, désormais 37% plus élevée que la valeur d'un panier physique au T1 2021. Ceci représente une progression par rapport à l'écart de 24% constaté au T1 2020.

Nous bénéficions d'une hausse de la demande digitale dans l'ensemble de nos marchés en France au T1 2021, avec une forte accélération de l'adoption dans le segment résidentiel, comme l'illustre la hausse de 43% des visites et 35% des commandes.

Europe (59% des ventes du Groupe) : +10,8% au T1 en données comparables et à nombre de jours constant

Au 1^{er} trimestre, les ventes en Europe ont augmenté de +9,2% en données publiées, avec des effets non-significatifs de change et de périmètre. En données comparables et à nombre de jours constant, les ventes sont en hausse de +10,8%.

- Les ventes en **France** (39% des ventes de la région) ont affiché une solide croissance de +20,1%, tirée par l'accélération du digital durant le trimestre et par la forte croissance à 2 chiffres de l'ensemble des marchés finaux. La demande a augmenté de près de 25% en résidentiel, grâce au marché de la rénovation.
- Les ventes en **Scandinavie** (12% des ventes de la région) sont en baisse de (1,0)%, en raison d'un effet de base plus difficile dû aux moindres restrictions sanitaires en 2020, une accumulation des stocks des utilities avant le Covid et d'un hiver clémente au T1 2020, principalement en Finlande (6,8)% et en Norvège +2,6%. La Suède est en baisse de (0,4)% en raison du non-renouvellement d'un contrat public (contribution de -290 bps) tandis que la demande sous-jacente est solide, tirée par la demande des petits et moyens installateurs.
- Le **Benelux** (11% des ventes de la région) a progressé de +10,7%, avec le Belux à +13,3% bénéficiant du marché résidentiel et d'une reprise du marché industriel (métaux, extraction et chimie). Les Pays-Bas sont en hausse de +7,3%, malgré un effet de base difficile, tirés par le résidentiel et le commercial.
- Les ventes en **Allemagne** (10% des ventes de la région) ont affiché une forte progression de +13,5% grâce à une tendance positive des marchés industriel et résidentiel.
- Au **Royaume-Uni** (9% des ventes de la région) les ventes ont baissé de (3,7)%, en amélioration par rapport au T4 20 (8,2)%, malgré le durcissement des restrictions sanitaires. Le début d'année a bénéficié d'un contrat signé avec le Ministère de la Justice (contribution de +450bps) et des bénéfices de la réorganisation, axée sur la digitalisation et l'activité de proximité (l'enseigne Denmans est en hausse de +9,4% au T1 2021).
- En **Europe du Sud** (4% des ventes de la région), les ventes sont en baisse de (1,8)% avec une situation toujours difficile en Espagne, compensées par une amélioration en Italie.

Amérique du Nord (32% des ventes du Groupe) : +1,2% au T1 en données comparables et à nombre de jours constant

Au 1^{er} trimestre, les ventes en Amérique du Nord ont chuté de (10,5)% en données publiées, intégrant un effet de change négatif de (7,0)%, soit (82,7)M€, dû à la dépréciation du dollar américain par rapport à l'euro, ainsi qu'un effet de périmètre négatif de (1,9)% soit (22,6)M€ dû à la cession de Gexpro Services et de la récente acquisition de l'activité Wesco Utility au Canada. En données comparables et à nombre de jours constant, les ventes sont en hausse de +1,2%, grâce au Canada.

- Aux **États-Unis** (74% des ventes de la région), les ventes ont diminué de (0,4)% en données comparables et à nombre de jours constant, avec une bonne résistance dans 6 régions (Northwest, Northeast, Mountain Plains, Southeast, Californie et Floride), tirée par une forte croissance dans le Northwest avec un gain de parts de marché et une tendance positive dans notre activité de proximité. Globalement, ceci est le résultat d'une contribution positive des prix, principalement sur les produits contenant des métaux (produits de base comme les conduits) et d'une amélioration de l'activité générale grâce à une meilleure situation sanitaire avec l'accélération de la campagne vaccinale. Cela compense ainsi la reprise plus lente dans deux de nos régions, fortement exposées à l'activité de projet (Midwest et Gulf Central).
- Au **Canada** (26% des ventes de la région), les ventes ont augmenté de +6,0% en données comparables et à nombre de jours constant, et progressent de +7,5% par rapport au niveau du T1 2019 grâce à une contribution positive des prix sur les produits à base de câble et non câble ainsi qu'une meilleure activité du secteur commercial, compensant ainsi une moindre demande dans l'industrie (pétrole et gaz, transport...). L'intégration de Wesco Utility -est en bonne voie.

Asie-Pacifique (9% des ventes du Groupe) : +23,7% au T1 en données comparables et à nombre de jours constant

Au 1^{er} trimestre, les ventes en Asie-Pacifique ont augmenté de +25,9% en données publiées, incluant un effet de change positif de +2,8% soit +6,7M€ en raison de l'appréciation du dollar australien contre l'euro. A données comparables et à nombre de jours constant, les ventes ont augmenté de +23,7%.

- Dans le **Pacifique** (50% des ventes de la région), les ventes sont en hausse de +2,8% en données comparables et à nombre de jours constant :
 - En **Australie** (84% du Pacifique), les ventes ont augmenté de +3,5%, soutenues par la demande des petits et moyens installateurs compensant la perte d'un contrat industriel dans le secteur minier (impact de -2,7%).
 - En **Nouvelle-Zélande** (16% du Pacifique), les ventes sont légèrement en baisse de (0,6)%.
- En **Asie** (50% des ventes de la région), les ventes affichent une solide croissance de +55,3% en données comparables et à nombre de jours constant :
 - En **Chine** (83% de l'Asie), les ventes ont progressé de +60,1%, principalement tirées par une forte demande sous-jacente (en hausse de +21,2% par rapport au T1 2019) grâce à un meilleur environnement macro, et aux investissements réalisés par le gouvernement dans les infrastructures et les automatismes industriels. La Chine a aussi bénéficié d'un effet de base favorable en raison de la pandémie, qui a commencé plus tôt l'année dernière.

- **Inde et Moyen-Orient** (17% de l'Asie) : L'**Inde** est en hausse de +35,0%, reflétant une reprise. Le **Moyen-Orient** affiche une progression de +34,5 %.

OBJECTIFS 2021 CONFIRMES

Capitalisant sur nos efforts continus, nous anticipons pour 2021, à périmètre et taux de changes comparables* :

- **Une croissance des ventes à données comparables et à nombre de jours constant comprise entre 5% et 7% ;**
- **Une marge d'EBITA ajusté¹ d'environ 5% ;**
- **Une conversion du free cash-flow² de plus de 60%.**

* En prenant pour hypothèse une amélioration de la situation sanitaire avec la mise à disposition du vaccin.

¹ En excluant (i) l'amortissement des actifs incorporels reconnus dans le cadre de l'affectation du prix des acquisitions et (ii) l'effet non-récurrent lié aux variations du prix des câbles à base de cuivre.

² FCF avant intérêt et impôts / EBITDAaL

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

CALENDRIER

28 juillet 2021
21 octobre 2021

Ventes du 2^{ème} trimestre et résultats du premier semestre 2021
Ventes du 3^{ème} trimestre 2021

INFORMATION FINANCIERE

Une présentation des ventes du 1^{er} trimestre 2021 est également disponible sur le site web de Rexel.

AU SUJET DU GROUPE REXEL

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

Présent dans 25 pays, à travers un réseau de plus de 1 900 agences, Rexel compte plus de 24 000 collaborateurs. Son chiffre d'affaires a atteint 12,6 milliards d'euros en 2020.

Rexel est coté sur le marché Eurolist d'Euronext Paris (compartiment A, symbole RXL, code ISIN FR0010451203) et figure dans les indices suivants : SBF 120, CAC Mid 100, CAC AllTrade, CAC AllShares, FTSE EuroMid, STOXX600. Rexel fait également partie des indices ISR suivants : FTSE4Good, Dow Jones Sustainability Index Europe, Euronext Vigeo Europe 120, STOXX® Global ESG Environmental Leaders, 2021 Global 100 Index, S&P Global Sustainability Yearbook 2021, grâce à sa performance en matière de responsabilité sociale d'entreprise. Rexel est noté A- dans l'évaluation 2020 CDP Climate Change et classé dans le 2020 CDP Supplier Engagement Leaderboard.

Pour plus d'information : www.rexel.com.

CONTACTS

ANALYSTES FINANCIERS / INVESTISSEURS

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

PRESSE

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

GLOSSAIRE

L'EBITA PUBLIE (Earnings Before Interest, Taxes and Amortization) est défini comme le résultat opérationnel avant amortissement des actifs incorporels reconnus dans le cadre de l'affectation du prix des acquisitions et avant autres produits et charges.

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

L'EBITDA (Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization) est défini comme le résultat opérationnel avant amortissements et avant autres produits et charges.

L'EBITDAaI est défini comme l'EBITDA après déduction des loyers payés au titre des contrats de location capitalisés conformément à IFRS 16.

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

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

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

ANNEXES

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

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

GROUPE

En données comparables et ajustées (M€)	T1 2020	T1 2021	Variation
Chiffre d'affaires	3 127,7	3 331,2	6,5 %
en données comparables et à nombre de jours constant			8,6 %

EUROPE

En données comparables et ajustées (M€)	T1 2020	T1 2021	Variation
Chiffre d'affaires	1 811,1	1 977,1	+9,2 %
en données comparables et à nombre de jours constant			+10,8 %
France	657,8	775,9	+18,0 %
en données comparables et à nombre de jours constant			+20,1 %
Royaume-Uni	191,2	181,2	(5,2)%
en données comparables et à nombre de jours constant			(3,7)%
Allemagne	170,7	190,6	+11,6 %
en données comparables et à nombre de jours constant			+13,5 %
Scandinavie	253,1	246,6	(2,6)%
en données comparables et à nombre de jours constant			(1,0)%

AMERIQUE DU NORD

En données comparables et ajustées (M€)	T1 2020	T1 2021	Variation
Chiffre d'affaires	1 071,2	1 053,4	(1,7)%
en données comparables et à nombre de jours constant			+1,2 %
Etats-Unis	813,0	784,0	(3,6)%
en données comparables et à nombre de jours constant			(0,4)%
Canada	258,2	269,4	+4,3 %
en données comparables et à nombre de jours constant			+6,0 %

ASIE-PACIFIQUE

En données comparables et ajustées (M€)	T1 2020	T1 2021	Variation
Chiffre d'affaires	245,5	300,6	+22,5 %
en données comparables et à nombre de jours constant			+23,7 %
Chine	78,4	125,6	+60,1 %
en données comparables et à nombre de jours constant			+60,1 %
Australie	123,1	125,4	+1,9 %
en données comparables et à nombre de jours constant			+3,5 %
Nouvelle-Zélande	25,3	24,7	(2,3)%
en données comparables et à nombre de jours constant			(0,6)%

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

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

1 €	=	1,20	USD
1 €	=	1,50	CAD
1 €	=	1,56	AUD
1 €	=	0,87	GBP

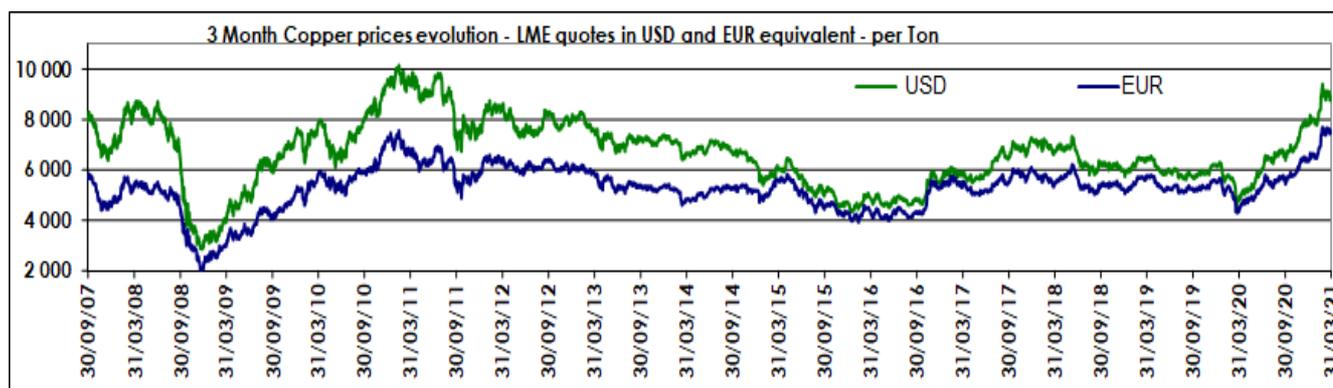
et sur la base des acquisitions/cessions réalisées à ce jour, les ventes 2020 doivent prendre en compte les impacts suivants pour être comparables aux ventes 2021 :

	T1 réel	T2e	T3e	T4e	Année est
Effet périmètre au niveau Groupe	(24,1)	3,9	3,1	2,1	(15,0)
en % des ventes 2020	(0,7)%	+0,1 %	+0,1 %	+0,1 %	(0,1)%
Effet change au niveau Groupe	(73,4)	(44,0)	8,4	14,0	(95,0)
en % des ventes 2020	(2,3)%	(1,6)%	+0,3 %	+0,4 %	(0,8)%
Effet calendaire au niveau Groupe	(2,1)%	+1,4 %	(0,1)%	+0,5 %	(0,1)%
Europe	(1,6)%	+2,5 %	(0,1)%	+0,2 %	+0,1 %
USA	(3,2)%	+0,3 %	- %	+1,5 %	(0,4)%
Canada	(1,7)%	+0,2 %	- %	- %	(0,4)%
Amérique du Nord	(2,9)%	+0,3 %	- %	+1,1 %	(0,4)%
Asie	(0,3)%	+0,2 %	(0,1)%	- %	- %
Pacifique	(1,6)%	(0,4)%	+0,1 %	(0,1)%	(0,5)%
Asie-Pacifique	(1,2)%	(0,1)%	- %	(0,1)%	(0,3)%

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

T1	Europe	Amérique du Nord	Asie-Pacifique	Groupe
Ventes publiées 2020	1 810,0	1 176,5	238,8	3 225,3
+/- effet de change net	+0,1 %	(7,0)%	+2,8 %	(2,3)%
+/- Effet de périmètre net	(0,1)%	(1,9)%	- %	(0,7)%
= Ventes comparables 2020	1 811,1	1 071,2	245,5	3 127,7
+/- Organique à nombre de jours courant, dont:	+9,2 %	(1,7)%	+22,5 %	+6,5 %
Organique constant hors effet cuivre	+8,6 %	(3,5)%	+23,1 %	+5,7 %
Effet cuivre	+2,2 %	+4,7 %	+0,6 %	+2,9 %
Organique à nombre de jours constant incluant l'effet cuivre	+10,8 %	+1,2 %	+23,7 %	+8,6 %
Effet calendaire	(1,6)%	(2,9)%	(1,2)%	(2,1)%
= Ventes publiées 2021	1 977,1	1 053,4	300,6	3 331,2
Variation	+9,2 %	(10,5)%	+25,9 %	+3,3 %

Annexe 4 : Evolution du cours du cuivre



USD/t	T1	T2	T3	T4	Année
2019	6 219	6 129	5 829	5 916	6 020
2020	5 651	5 389	6 513	7 192	6 197
2021	8 492				
2019 vs. 2018	-11%	-11%	-5%	-4%	-8%
2020 vs. 2019	-9%	-12%	+12%	+22%	+3%
2021 vs. 2020	+50%				

€/t	T1	T2	T3	T4	Année
2019	5 476	5 454	5 243	5 343	5 377
2020	5 124	4 889	5 574	6 027	5 410
2021	7 052				
2019 vs. 2018	-4%	-6%	-1%	-1%	-3%
2020 vs. 2019	-6%	-10%	+6%	+13%	+1%
2021 vs. 2020	+38%				

AVERTISSEMENT

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

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

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

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

Ce document peut contenir des données prévisionnelles. Par leur nature, ces données prévisionnelles sont soumises à divers risques et incertitudes (y compris ceux décrits dans le document d'enregistrement universel enregistré auprès de l'AMF le 11 mars 2021 sous le n° D.21-0111 et son amendement enregistré auprès de l'AMF le 29 mars 2021 sous le n° D.21-0111-A01). Aucune garantie ne peut être donnée quant à leur réalisation. Les résultats opérationnels, la situation financière et la position de liquidité de Rexel pourraient différer matériellement des données prévisionnelles contenues dans ce communiqué. Rexel ne prend aucun engagement de modifier, confirmer ou mettre à jour ces prévisions dans le cas où de nouveaux événements surviendraient après la date de ce communiqué, sauf si une réglementation ou une législation l'y contraint.

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

Ce document n'inclut que des éléments résumés et doit être lu avec le document d'enregistrement universel de Rexel, déposé auprès de l'AMF le 11 mars 2021 sous le n° D.21-0111 son amendement enregistré auprès de l'AMF le 29 mars 2021 sous le n° D. D.21-0111-A01 ainsi que les états financiers consolidés et le rapport de gestion pour l'exercice 2020, disponibles sur le site internet de Rexel (www.rexel.com).