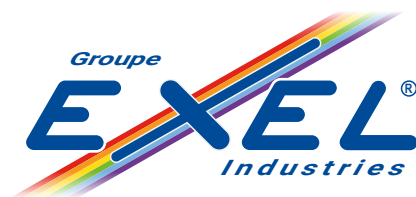




**PERFORMANCE
& RESPONSABILITÉ**
AU CŒUR DE NOTRE STRATÉGIE

Rapport d'activité
2022-2023





01

Édito de Patrick Ballu,
Président du Conseil
d'Administration

02

VISION & STRATÉGIE

AVANCER DANS UN MONDE EN TRANSITION

- 04 Entretien avec Yves Belegaud et Daniel Tragus
- 07 Notre feuille de route stratégique
- 08 Le panorama de nos marques
- 09 Notre présence internationale
- 10 Un développement vertueux depuis près de 75 ans
- 12 Un monde de défis
- 14 Notre création de valeur durable
- 16 Notre gouvernance

38

- 38 Nos indicateurs financiers
- 40 Le carnet de l'actionnaire

18

INITIATIVES & AVANCÉES

POURSUIVRE NOTRE DYNAMIQUE DE DÉVELOPPEMENT RESPONSABLE

- 20 La durabilité s'intègre progressivement à notre modèle d'affaires
- 26 Initiatives & avancées / Agroéquipements
- 30 Initiatives & avancées / Industrie
- 34 Initiatives & avancées / Loisirs



ÉDITO

Patrick Ballu

Président du Conseil
d'Administration

ÉCRIRE UNE NOUVELLE PAGE DE NOTRE HISTOIRE.

L'année dernière, nous avons célébré les 70 ans de notre Groupe.

Depuis, j'en ai raconté l'histoire, l'ADN et le comment, dans notre livre *Enjamber l'espace et le temps*, publié chez Robert Laffont. Sa version anglaise *Dare and Conquer* est en cours d'impression chez le même éditeur. En effet, pour aller où l'on veut, il faut savoir d'où l'on vient.

En 2024, EXEL Industries aborde une nouvelle étape de sa riche histoire. Avec l'arrivée de Daniel Tragus, à la Direction Générale du Groupe, nous avons décidé de promouvoir un « homme de l'intérieur », qui a réalisé l'essentiel de sa carrière chez nous. Il saura continuer à faire grandir EXEL Industries, dans la recherche de l'excellence et le respect de notre ADN et de nos valeurs. Le 20 décembre 2023, il a pris la suite d'Yves Belegaud, le premier Directeur Général extérieur à la famille, à qui je rends ici un hommage appuyé, en lui souhaitant une retraite bien méritée. La nomination de Daniel souligne que, chez EXEL Industries, nous savons faire confiance à nos équipes et les faire progresser dans de nouvelles fonctions. C'est assurément un gage de pérennité et d'ambition, à l'heure où le monde évolue à vitesse accélérée : essor de l'intelligence artificielle, robotisation, transition énergétique, nouveau regard sur le travail, l'homme et la nature, autant d'éléments qui nous incitent à faire différemment et mieux qu'avant. Banco ! Conservons et développons notre esprit d'innovation, d'audace et de responsabilité.

Depuis sa création, EXEL Industries a su capitaliser sur ces fondamentaux, pour conquérir l'avenir et mobiliser ses équipes, dans l'objectif essentiel de répondre aux besoins et aux attentes de ses clients, qui sont, plus que jamais, la raison d'être du Groupe. Faisons confiance à Daniel, notre nouveau Directeur Général : il saura faire grandir harmonieusement notre Groupe et cultiver chez nos managers, nos collaborateurs et nos partenaires la veine du plaisir et la passion du travail bien fait.

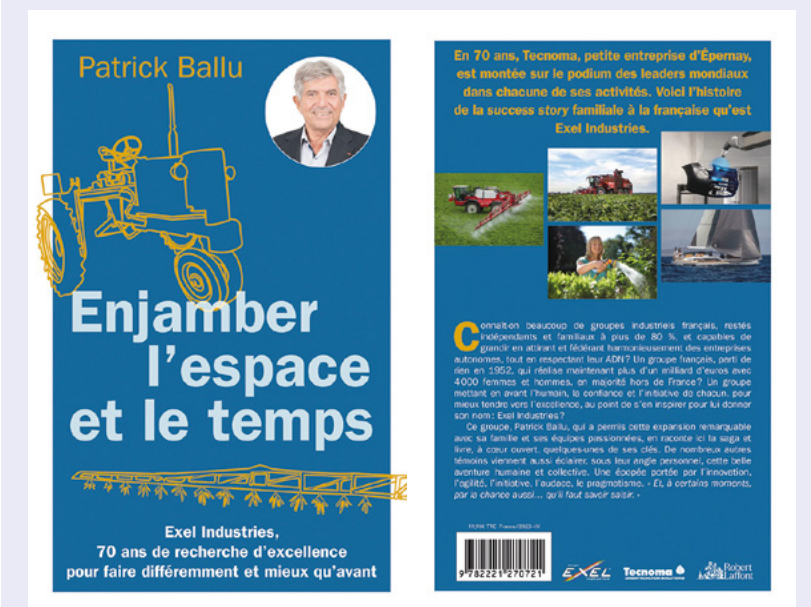
Notre objectif d'excellence reste inchangé : nous distinguer par nos produits de qualité premium, capables d'apporter à nos clients performance et durabilité, facilité et convivialité d'usage, utilité concrète et dynamique de croissance profitable.

C'est ainsi que nous continuerons à créer de la valeur et à franchir les futurs obstacles, ou à les contourner, afin d'écrire une nouvelle page de l'histoire de notre Groupe.



Enjamber l'espace et le temps

de Patrick Ballu, Éditions Robert Laffont, avril 2023



VISION & STRATÉGIE

AVANCER DANS UN MONDE EN TRANSITION

- 04 Entretien avec Yves Belegaud et Daniel Tragus
- 07 Notre feuille de route stratégique
- 08 Le panorama de nos marques
- 09 Notre présence internationale
- 10 Un développement vertueux depuis près de 75 ans
- 12 Un monde de défis
- 14 Notre création de valeur durable
- 16 Notre gouvernance

ENTRETIEN AVEC...

YVES BELEGAUD, Directeur Général d'EXEL Industries jusqu'au 20 décembre 2023 et DANIEL TRAGUS, Directeur Général d'EXEL Industries depuis le 20 décembre 2023.

« NOUS CONTINUERONS À FAIRE PROGRESSER LE GROUPE ET À CRÉER DE LA VALEUR. »

Le Conseil d'Administration d'EXEL Industries a nommé le 20 décembre 2023 Daniel Tragus Directeur Général du Groupe. Il succède à Yves Belegaud qui a décidé de faire valoir ses droits à la retraite. Entretien croisé.

Yves Belegaud, quel regard portez-vous sur la physionomie de l'année 2022-23 ?

EXEL Industries a réalisé une année tout à fait satisfaisante avec un chiffre d'affaires qui a, pour la première fois, franchi la barre symbolique du milliard d'euros. Il s'établit précisément à 1,1 milliard d'euros. Cette hausse du chiffre d'affaires s'explique d'une part par la hausse de nos prix de vente qui ont pris en compte le contexte inflationniste, d'autre part par la progression de nos volumes de ventes, dans un environnement économique de plus en plus incertain. Dans le même temps, le résultat opérationnel a lui aussi évolué favorablement. Après trois années difficiles, marquées par la pandémie de Covid-19, par la rupture des chaînes d'approvisionnement et par le retour de l'inflation à un niveau inédit depuis 40 ans, nous avons su consolider nos positions et améliorer notre productivité. J'ajoute que nous avons aussi mieux maîtrisé la trajectoire de notre besoin en fonds de roulement et remis la culture du *cash flow* au centre de nos préoccupations.

Si nous regardons l'évolution plus spécifique de nos différentes activités, nous observons que le secteur des agroéquipements, qui représente environ 60 % de

notre chiffre d'affaires, a bénéficié d'un environnement plutôt favorable. L'évolution positive des revenus agricoles a en effet permis aux agriculteurs de continuer à investir au moment même où nous mettions sur le marché des machines encore plus performantes.

La pulvérisation industrielle, quant à elle, dispose d'une fenêtre d'opportunité liée à l'électrification des véhicules. Les investissements dans ce secteur contribuent à la bonne tenue de notre activité. Quant à l'activité Jardin, climato-dépendante mais aussi moins florissante qu'à la sortie du Covid, elle retourne à des niveaux de volumes équivalents à ceux précédant la pandémie.

Que vous inspire les quatre années lors desquelles vous avez accompagné le Groupe en tant que Directeur Général ?

J'ai passé au total quatre belles années au sein d'EXEL Industries lors desquelles j'ai eu à affronter, dans un contexte de polycrises, différentes difficultés et dû faire face à de nombreux défis. S'il est difficile d'établir son propre bilan, je dirai néanmoins que nous avons travaillé sur la structuration de la holding dont les fonctions régaliennes – le financement, le contrôle interne, la communication financière, les systèmes d'information, la cybersécurité et la sécurité au travail – sont désormais bien en place. Durant cette période, le Groupe a aussi conduit quatre opérations de croissance externe avec l'acquisition d'INTEC en 2020, des chantiers navals WAUQUIEZ, TOFINOU et RHÉA MARINE en 2021, de G.F. en 2022 et de DEVAUX en 2023. Avec, à la clé, un double objectif : croître et se diversifier.

Bien sûr, c'est un travail pour lequel j'ai bénéficié de l'appui du Conseil d'Administration et de toute l'équipe dirigeante. Rien n'aurait été possible sans le sens du collectif et sans l'engagement de celles et ceux avec qui j'ai travaillé depuis fin 2019, dont Daniel qui m'a succédé et dont la nomination me réjouit au plus haut point.

« Rien n'aurait été possible sans le sens du collectif et sans le travail de celles et ceux avec qui j'ai travaillé depuis fin 2019. »

Yves Belegaud

Daniel Tragus, vous avez réalisé l'essentiel de votre parcours professionnel au sein d'EXEL Industries et étiez, dans vos dernières fonctions, Directeur Général délégué du Groupe, en charge de la stratégie, du M&A et de la propriété industrielle. Dans quel état d'esprit abordez-vous cette nouvelle étape de votre carrière qui vous place à la Direction Générale d'EXEL Industries ?

Je commencerai par souligner que cette nomination m'honore et m'oblige. J'ai en effet réalisé la quasi-intégralité de mon parcours professionnel chez EXEL Industries puisque je suis entré chez KREMLIN en 1988. J'ai eu la chance d'occuper au sein du Groupe des postes et des fonctions très divers, dans trois de nos activités – à savoir la pulvérisation industrielle, la pulvérisation agricole et l'arrachage de betteraves. Puis, en tant que manager et dirigeant, j'ai été confronté à des sujets stratégiques majeurs. Je pense notamment à l'intégration des sociétés HARDI, AGRIFAC, HOLMER et ET WORKS dans le périmètre du Groupe, au développement commercial des activités dont j'avais la charge ou encore à l'importance de l'innovation et de la propriété industrielle sans lesquelles une industrie ne peut décemment progresser et perdurer.

J'ai exercé en France mais aussi à l'étranger, en Allemagne, au Royaume-Uni et au Danemark. Je connais Yves depuis quatre ans et nous avons, comme il le disait, travaillé ensemble sur des sujets variés, sensibles et parfois complexes. La transition entre son mandat et le mien s'est donc passée dans d'excellentes conditions avec un objectif partagé : continuer à faire progresser EXEL Industries et à créer

de la valeur. Cette fluidité constitue assurément un atout qui n'est pas si fréquent. J'ai dans le cadre de ma prise de poste rencontré quelque 200 collaborateurs de terrain, managers et dirigeants afin d'avoir leur regard sur le Groupe et de mieux comprendre leurs attentes et besoins.

Dès lors, en tant que nouveau Directeur Général, mes orientations, en phase avec les valeurs d'EXEL Industries, seront centrées sur la réussite de nos clients et de nos collaborateurs, sur l'innovation, la performance industrielle et sur le développement de nos engagements sociétaux et environnementaux.

Quelles sont les principales initiatives qui ont caractérisé l'année ? Que disent-elles de l'évolution du Groupe ?

Y.B. : EXEL Industries a poursuivi son développement avec l'acquisition du groupe familial français DEVAUX, spécialisé dans la fabrication et la commercialisation d'outils de jardin. Il s'agit d'une transaction importante puisqu'elle enrichit notre offre dans le secteur du jardin. Nous étions jusqu'alors un acteur opérant dans la pulvérisation et l'arrosage de jardin. Nous disposons désormais d'une expertise complémentaire en proposant à nos clients, avec l'outillage à main, une nouvelle gamme de produits.

D.T. : Afin de capitaliser dans les meilleurs délais sur ce nouvel atout et de développer les synergies qui contribueront à renforcer notre assise dans l'activité Jardin, nous avons constitué des équipes transverses entre HOZELOCK, G.F. et DEVAUX. L'objectif ? Accroître rapidement nos parts de marché et bénéficier de retombées commerciales positives grâce à la mutualisation de nos forces.

Yves Belegaud,
Directeur Général d'EXEL Industries jusqu'en décembre 2023

Daniel Tragus,
Directeur Général d'EXEL Industries depuis le 20 décembre 2023



Le succès du Groupe, conformément à nos valeurs, sera fondé sur la réussite de nos clients et de nos collaborateurs, sur l'innovation, sur la performance industrielle et sur le développement de nos engagements sociétaux et environnementaux. »

Daniel Tragus

Nous avons opté pour la même approche dans l'industrie, lorsque INTEC a rejoint SAMES en 2020. Avec ces deux entités, EXEL Industries dispose désormais d'une offre dans les applications de peinture et d'une offre dans les technologies de dosage et de contrôle des colles et mastics d'étanchéité. Grâce à SAMES, le Groupe est très présent en Europe, aux États-Unis et sur les marchés asiatiques sur ces segments. L'addition de nos forces s'est accompagnée d'un développement de l'activité commerciale.

Y.B. : Pour prolonger ce que dit Daniel, d'autres succès ont marqué l'année 2023 pour la pulvérisation industrielle, notamment grâce aux différents projets liés à l'électrification des véhicules automobiles. Cette mutation nécessite une révision des process chez les constructeurs automobiles auxquels SAMES apporte sa contribution. Ce mouvement est appelé à prendre de l'ampleur. S'y ajoutent la rénovation de l'usine Sames à Stains qui constitue un événement majeur dans la vie du Groupe ou encore l'ouverture d'une filiale au Kazakhstan.

Je pense aussi au fait d'avoir remis l'accent sur l'ADN de nos marques, surtout dans l'agricole, qui capitalisent de nouveau sur leurs points forts que sont la puissance, la performance et l'innovation. L'exemple d'AGRIFAC est de ce point de vue éclairant.

Du côté d'EXEL YACHTING, un nouveau modèle TOFINOU est sorti en 2023 et le modèle W55 sera présenté en 2024 par WAUQUIEZ.

Enfin, je n'oublie pas la relance de l'Académie EXEL, axée sur le management motivationnel. Destinée aux managers, elle vise à développer leur connaissance du Groupe, à valoriser ses marqueurs identitaires et à offrir des clés de compréhension sur son organisation, son mode de fonctionnement et ses différents enjeux.

D.T. : Des avancées importantes sont aussi à mentionner en matière de responsabilité sociétale d'entreprise.

EXEL Industries a tout d'abord conduit dans ses différentes activités des analyses de matérialité et de bilans carbone qui nous éclairent sur la nature de notre empreinte et nous permettent désormais de travailler sur notre feuille de route, et plus particulièrement sur le scope 3. Pour cela, il nous faut agir sur les émissions émises par nos fournisseurs et par les clients qui utilisent nos produits. Les leviers de l'électrification et de l'hydrogène sont dès lors à privilégier. Dans le premier cas, cela passe par le remplacement de moteurs thermiques par des moteurs électriques, dans le second par la mise sur le marché de solutions nouvelles comme le TRAXX Concept H2 d'EXXACT ROBOTICS, enjambeur viticole autonome alimenté à l'hydrogène.

De plus, le Groupe a fait entrer en pré-série commerciale, en Europe centrale et en Australie, la solution 3S Spot Spray Sensor®, développée elle aussi par EXXACT ROBOTICS. Fondée sur la pulvérisation ultra-localisée, c'est-à-dire sur l'apport de la bonne dose de produits phytopharmaceutiques au bon endroit, elle s'accompagne d'une nette diminution des intrants. C'est assurément pour les agriculteurs une innovation porteuse de valeur.

Plus largement, les diagnostics étant posés, il s'agit désormais de déployer des projets bénéfiques à la fois pour nos clients et pour l'environnement.

À l'heure où la conjoncture semble se retourner, quels sont les défis que le Groupe doit relever et les points d'attention auxquels il doit veiller ?

Y. B. : Il faut encore et toujours veiller à maintenir notre performance opérationnelle et commerciale à un niveau qui nous permette de fabriquer des produits et des machines compétitifs, de qualité et, évidemment, de les vendre. Sans performance, il ne peut y avoir de rentabilité et de gain de parts de marché. Nous pouvons néanmoins être sereins quant à notre capacité de poursuivre notre développement maîtrisé responsable sans tomber pour autant dans l'excès de confiance.

D.T. : J'approuve à 100 %. Même si notre carnet de commandes est bien orienté et nos positions, solides, il faut, à l'heure où l'économie connaît quelques soubresauts, tirer profit de notre départ lancé. Cela signifie poursuivre la promotion de nos marques, faire en sorte qu'elles restent visibles et maintenir notre dynamique d'innovation. Il importe de rester agiles et attentifs aux évolutions du monde et aux à-coups de la conjoncture. C'est ainsi que nous pourrions continuer à créer durablement de la valeur au bénéfice de nos parties prenantes.

Notre feuille de route **STRATÉGIQUE**

Le marché des biens d'équipement, qu'ils soient B2B, B2C ou B2B2C, dépend pour beaucoup de l'évolution de la croissance mondiale. Il connaît de fortes variations d'une année à l'autre, voire d'une zone géographique à l'autre. EXEL Industries présente, du fait de ses choix stratégiques, une exposition moins prononcée à cette cyclicité. Le Groupe a en effet décidé de se spécialiser sur des produits premium

de petite et moyenne série et a fait le pari de maîtriser l'ensemble de la chaîne de valeur, de la conception à la commercialisation. Les marques de son portefeuille sont leaders sur leurs marchés respectifs et bénéficient d'une forte notoriété. Capitalisant sur sa stratégie volontariste, EXEL Industries entend poursuivre son essor grâce à ses atouts différenciants, à sa vision de long terme et à sa politique de diversification.



GARDER LE CLIENT AU CENTRE DE NOS PRÉOCCUPATIONS



INNOVER POUR CRÉER DES PRODUITS ET SOLUTIONS DURABLES



VISER L'EXCELLENCE OPÉRATIONNELLE DANS TOUTES NOS ACTIVITÉS



ATTIRER ET FAIRE GRANDIR LES TALENTS



RÉDUIRE L'EMPREINTE ENVIRONNEMENTALE DE NOS ACTIVITÉS



ASSURER LA SOLIDITÉ FINANCIÈRE DU GROUPE DANS LA DURÉE

LE PANORAMA

de nos marques

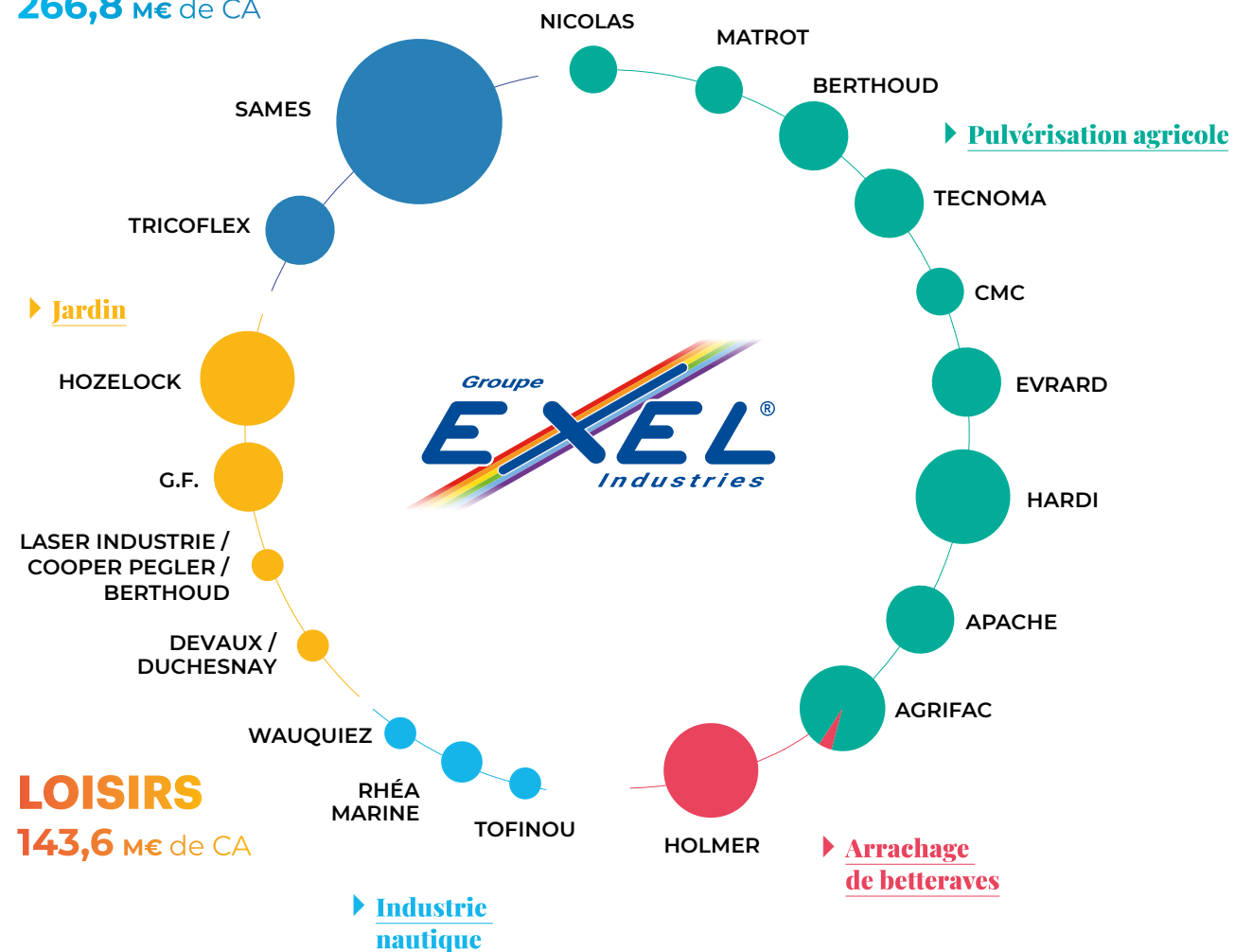
Afin de servir ses clients avec la meilleure expertise possible, EXEL Industries a bâti un modèle original autour de trois pôles d'activité qui s'adressent, grâce à des marques fortes, à une grande typologie de marchés.

INDUSTRIE

266,8 M€ de CA

AGROÉQUIPEMENTS

683,8 M€ de CA



LOISIRS

143,6 M€ de CA

Notre présence

INTERNATIONALE

Avec 81 % de son chiffre d'affaires réalisé hors de France, le Groupe est aujourd'hui présent dans plus de 178 pays.

1,1 Md€
CHIFFRE D'AFFAIRES

RÉPARTITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES



3 marchés

- ▶ AGROÉQUIPEMENTS
- ▶ INDUSTRIE
- ▶ LOISIRS

81 %

du chiffre d'affaires
réalisé hors de France

3931 collaborateurs

24

sites de production

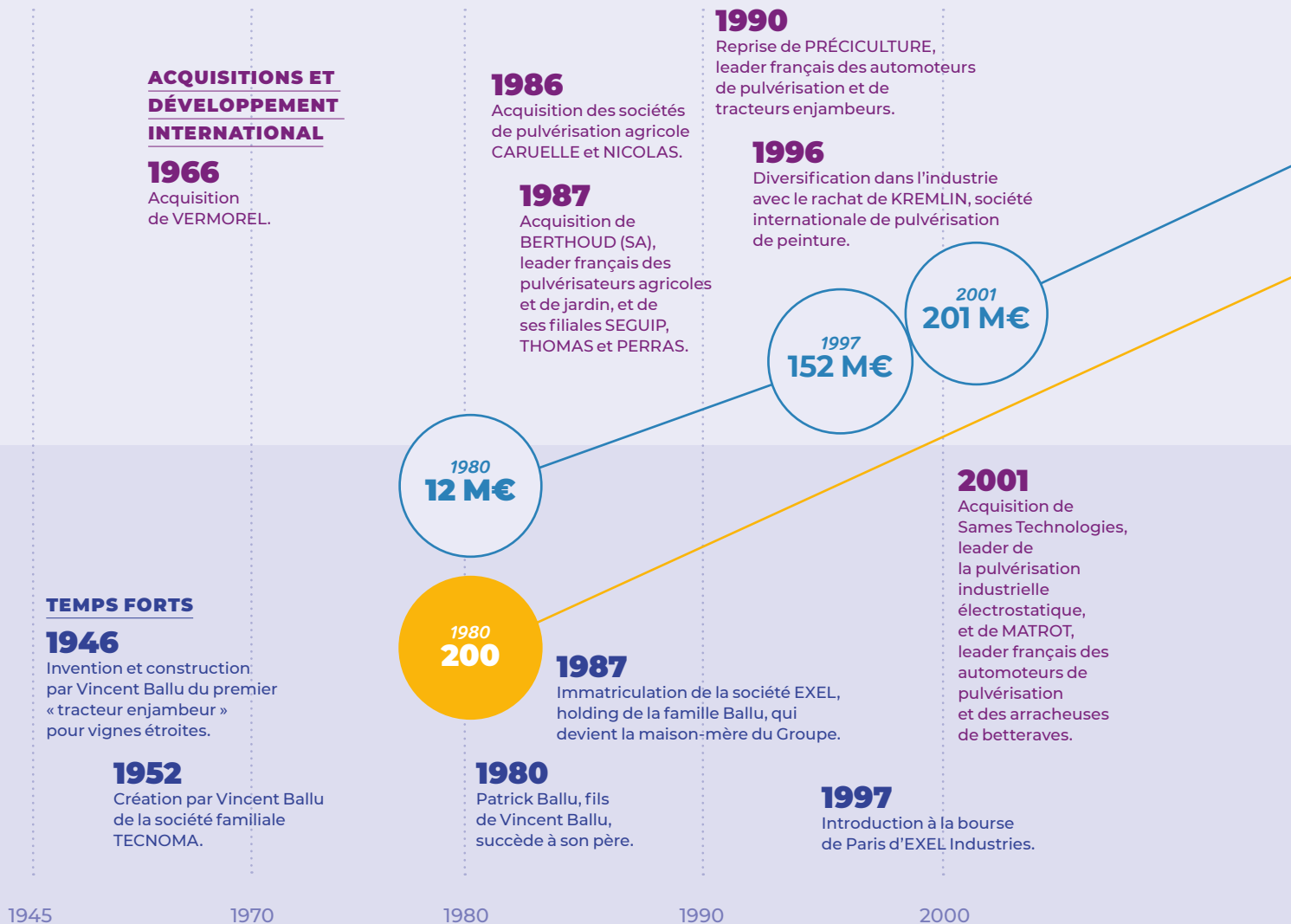
178
pays

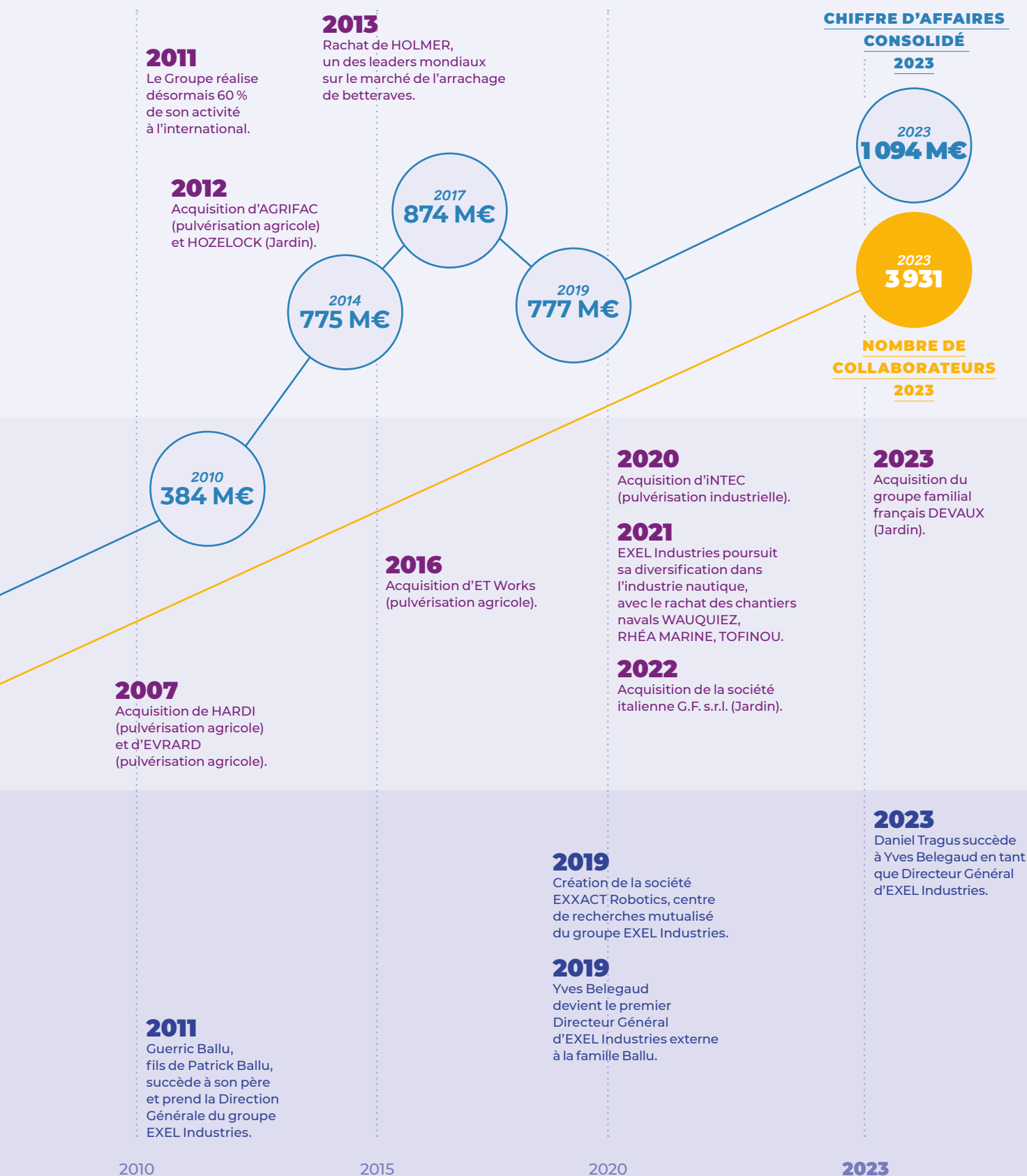
362
familles de brevets

Détenteur du Label
Best Managed Companies
de Deloitte pour la 2^e année
consécutive

Un développement **VERTUEUX** depuis près de 75 ans

Depuis plus de sept décennies, EXEL Industries ne cesse de se transformer. Acquisitions, élargissement de nos domaines de compétences, internationalisation : autant d'éléments qui nous ont permis de grandir et de poursuivre notre croissance au bénéfice de nos clients.





Un monde de DÉFIS

Trois mégatendances structurent les marchés sur lesquels EXEL Industries évolue. Fort de ses atouts et de son volontarisme, le Groupe contribue par ses actions et ses initiatives à relever les défis qui sous-tendent ces évolutions majeures.

LE DÉFI CLIMATIQUE

L'accélération du dérèglement climatique est palpable. L'élévation des températures moyennes, la multiplication des événements climatiques extrêmes et l'érosion progressive de la biodiversité bouleversent de manière structurelle nos modes de vie et l'ensemble des écosystèmes naturels partout sur la planète. Parallèlement, la surexploitation des ressources naturelles dégrade la biosphère et perturbe les équilibres naturels.

NOS ATOUTS

- ▶ Une stratégie RSE arrimée au Green Deal et aux objectifs de développement durable de l'ONU
- ▶ Une démarche offensive de diminution des émissions de gaz à effet de serre
- ▶ Une politique d'innovation qui intègre pleinement la dimension environnementale

NOTRE CONTRIBUTION

- ▶ Mise sur le marché régulière de produits minimisant l'empreinte carbone de nos clients (allègement du poids des machines, réduction des consommations énergétiques, solutions innovantes dans l'application des peintures)

- ▶ Déploiement de la pulvérisation de précision 3S, fondée sur la réduction de l'usage d'intrants, qui préserve les écosystèmes
- ▶ Maîtrise dans le temps de la consommation d'eau et d'énergie au sein du Groupe
- ▶ Développement de pratiques fondées sur l'économie circulaire, via le recyclage des déchets et le reconditionnement de machines
- ▶ Usage de produits ATC (Alternative to Chemicals) pour remplacer l'utilisation des produits chimiques dans le jardin



LE DÉFI ALIMENTAIRE

Subvenir aux besoins alimentaires d'une population en hausse régulière et continue, tout en préservant les écosystèmes et les sols, constitue l'un des grands enjeux du siècle. Cela implique d'éradiquer la faim, de remédier à l'insécurité alimentaire et de répondre aux besoins nutritionnels de tous de manière durable et équitable.

NOS ATOUTS

- ▶ Capacité à répondre aux enjeux de nos clients qui doivent maintenir les rendements à un haut niveau pour nourrir la population, faire face aux exigences d'une alimentation saine
- ▶ Optimiser la gestion des ressources naturelles et respecter les évolutions réglementaires, notamment celles portant sur la neutralité carbone
- ▶ Un centre de recherches mutualisé EXXACT Robotics tourné vers la recherche de solutions durables pour la transition agricole

NOTRE CONTRIBUTION

- ▶ Détention d'une gamme complète de produits qui protègent et améliorent la productivité agricole
- ▶ Mise sur le marché de la solution de pulvérisation de précision 3S Spot Spray Sensor® d'EXXACT Robotics qui permet, grâce aux technologies qu'elle embarque, de détecter les plantes à traiter et de réduire de 30 à 80 % les doses de produits phytopharmaceutiques appliquées
- ▶ Solutions de désherbage mécanique via l'enjambeur autonome viticole TRAXX développé par EXXACT Robotics

LE DÉFI SOCIÉTAL

Dans un monde rythmé par la mondialisation, la vitesse et l'instantanéité, les citoyens aspirent à une société plus équilibrée, plus apaisée, plus sobre et plus sûre. Ils sont davantage soucieux de protéger l'environnement, d'avoir un meilleur équilibre de vie et de conserver un mode de vie fait de liens et de relations humaines.

NOS ATOUTS

- ▶ Un respect absolu de la ruralité où nos sites sont présents depuis toujours
- ▶ Un attachement profond à l'apprentissage que nous encourageons et soutenons

NOTRE CONTRIBUTION

- ▶ Des échanges réguliers avec les agriculteurs (céréaliers, arboriculteurs, vignerons, maraîchers) afin de comprendre l'évolution de leurs besoins pour mieux y répondre
- ▶ Le développement de partenariats pour recruter des apprentis et aider les jeunes à s'insérer sur le marché du travail

- ▶ La mise régulière sur le marché de produits contribuant au plaisir de vivre
- ▶ Une marque employeur mettant l'accent sur la formation continue et l'accroissement de l'employabilité
- ▶ Mise sur le marché de l'enjambeur viticole autonome TRAXX qui contribue à l'amélioration de la sécurité et des conditions de travail des viticulteurs
- ▶ Une politique de sécurité volontariste visant à réduire le nombre d'accidents du travail et à préserver la santé de nos équipes



Notre CRÉATION DE VALEUR DURABLE

QUI SOMMES-NOUS ?

EXEL Industries est un groupe familial français, dont l'ambition est de concevoir, fabriquer et commercialiser des biens d'équipement et services associés qui permettent à ses clients de gagner en efficacité, en productivité, ou de contribuer au plaisir de vivre, et d'atteindre leurs objectifs environnementaux et sociétaux. EXEL Industries emploie 3 931 personnes (en CDI), sur les cinq continents.

Nos ressources

CAPITAL FINANCIER ET ÉCONOMIQUE

1 094 M€ chiffre d'affaires
444 M€ fonds propres
27 pays implantations
117 M€ endettement financier net

CAPITAL HUMAIN

4 226 collaborateurs dans le monde (permanents et saisonniers)
127 apprentis
21 % de femmes

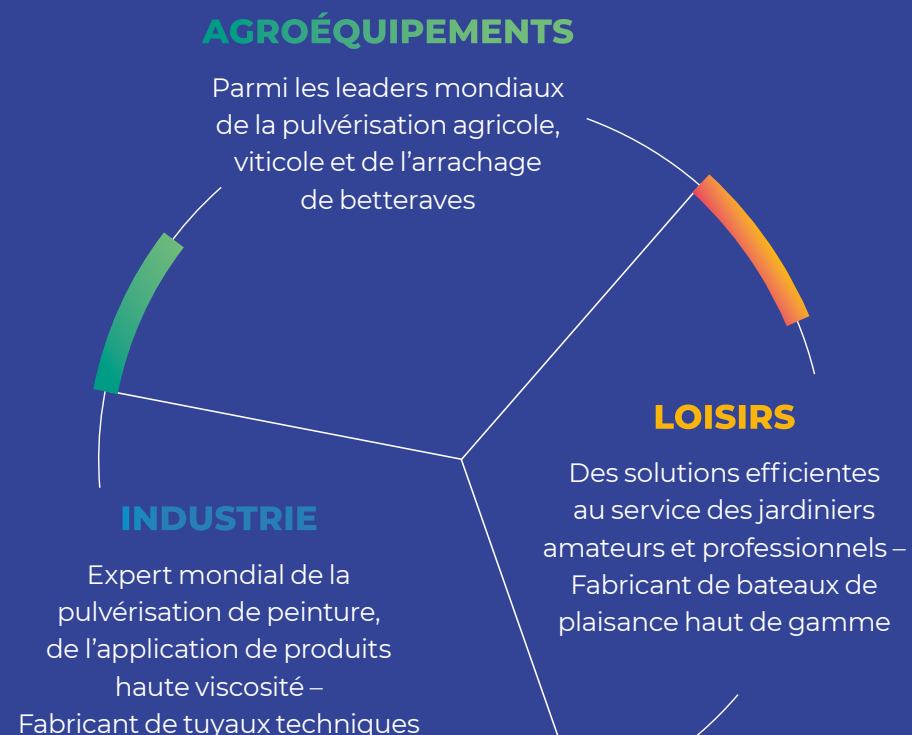
CAPITAL INTELLECTUEL

362 familles de brevets
362 familles de marques
1 977 titres déposés ou enregistrés
3,6 % chiffre d'affaires dédié aux dépenses R&D

CAPITAL SOCIÉTAL ET ENVIRONNEMENTAL

Stratégie RSE affirmée au plus haut niveau
Label MORE
Certification BREEAM

Nos activités



Nos atouts

► GARDER LE CLIENT AU CENTRE DE NOS PRÉOCCUPATIONS

► INNOVER POUR CRÉER DES PRODUITS ET SOLUTIONS DURABLES

► VISER L'EXCELLENCE OPÉRATIONNELLE DANS TOUTES NOS ACTIVITÉS

► ATTIRER ET FAIRE GRANDIR DES TALENTS

► RÉDUIRE L'EMPREINTE ENVIRONNEMENTALE DE NOS ACTIVITÉS

► ASSURER LA SOLIDITÉ FINANCIÈRE DU GROUPE DANS LA DURÉE

Notre valeur partagée

COLLABORATEURS

257 M€ salaires et charges sociales
Nos collaborateurs opèrent dans **33** pays
Nombre de recrutements en CDI : **645**
18 % managers féminins

CONTRIBUTION À L'ÉCOSYSTÈME

Parmi les leaders sur nos marchés
Présent commercialement dans **178** pays
26 M€ impôts et taxes
579 M€ volume d'achat

ACTIONNAIRES / INVESTISSEURS

+ 32 % performance du titre sur 1 an
314 M€ capitalisation boursière (au 30/09/2023)
94 M€ EBITDA récurrent
67 M€ résultat d'exploitation courant
42 M€ résultat net

TERRITOIRE ET ENVIRONNEMENT

28 M€ investissements industriels
83 M€ de financements indexés sur des critères RSE

TENDANCES DE MARCHÉ

LE DÉFI CLIMATIQUE

LE DÉFI ALIMENTAIRE

LE DÉFI SOCIÉTAL

Notre GOUVERNANCE

Notre
équipe
dirigeante

Le Conseil d'Administration examine et approuve les grandes lignes stratégiques du Groupe et veille à leur mise en œuvre. Composé de huit membres, dont trois administrateurs indépendants, il rassemble une diversité de profils aux compétences complémentaires qui soutiennent la Direction Générale dans ses ambitions stratégiques et ses objectifs de croissance durable. Il est assisté de trois Comités, présidé chacun par un membre indépendant du Conseil : le Comité d'Audit, le Comité des Rémunérations et des Nominations et le Comité RSE.

Le Conseil d'Administration

43 %
DE FEMMES

8
ADMINISTRATEURS

100 %
DE PRÉSENCE AU CONSEIL
D'ADMINISTRATION

3
ADMINISTRATEURS
INDÉPENDANTS



- 1_ **Patrick Ballu**
Président du Conseil
d'Administration

2_ **Marie-Claire Ballu**
Administratrice
représentant EXEL (SAS)

3_ **Pascale Auger**
Administratrice
indépendante / Présidente
du Comité d'Audit

4_ **Claude Lopez**
Administrateur
indépendant /
Président du Comité
des Rémunérations
et des Nominations
- 5_ **Marc Ballu**
Administrateur

6_ **Cyril Ballu**
Administrateur

7_ **Sylvain Maccorin**
Administrateur
représentant les salariés

8_ **Sonia Trocmé-
Le Page**
Administratrice
indépendante / Présidente
du Comité RSE



DE GAUCHE À DROITE
ET DE HAUT EN BAS

- Jens Kristensen**
Directeur Général HARDI

Wim Van Den Bosch
Directeur Général AGRIFAC

Thomas Germain
Directeur Financier Groupe

Philippe Besançon
Directeur des Ressources
Humaines Groupe

Daniel Tragus
Directeur Général
depuis le 20 décembre 2023
- Marc Ballu**
Directeur Général Délégué, Directeur
Général en charge de l'activité Jardin
et Directeur Général TRICOFLEX

Philippe Breban
Directeur Général FRANCE PULVÉ

Cédric Perres
Directeur Général SAMES

Matt Hays
Directeur Général ET Works

Martin Fuehrer
Directeur Général HOLMER
- Yves Belegaud**
Directeur Général
jusqu'au 20 décembre 2023

Sylvie Le Callonec
Directrice Juridique Groupe

Cyril Ballu
Directeur Général Délégué,
Directeur Général WAUQUIEZ,
RHÉA MARINE et TOFINOU

Patrick Tristani
Directeur de la Transformation durable
& Stratégie RSE Groupe

INITIATIVES & AVANCÉES

POURSUIVRE NOTRE DYNAMIQUE DE DÉVELOPPEMENT RESPONSABLE

20 La durabilité s'intègre progressivement
à notre modèle d'affaires
26 Initiatives & avancées / Agroéquipements

30 Initiatives & avancées / Industrie
34 Initiatives & avancées / Loisirs

« LA DURABILITÉ S'INTÈGRE PROGRESSIVEMENT À NOTRE MODÈLE D'AFFAIRES. »



ENTRETIEN AVEC
Patrick Tristani,
Directeur de la Transformation durable & Stratégie RSE Groupe

Quels sont les principaux enjeux RSE d'EXEL Industries ?

Dès 2022, nous avons réalisé les matrices de matérialité des activités du Groupe. À la suite de ces travaux, nous avons identifié neuf enjeux stratégiques communs avec nos parties prenantes. Nous les avons rattachés à chacun des piliers ESG (Environnement, Social et Gouvernance) qui structurent d'une part le reporting des entreprises et sont, d'autre part, scrutés par les investisseurs, les gérants de fonds et les analystes pour leurs décisions d'investissements. D'ailleurs, au 30 septembre 2023, plus de 60 % de nos financements intégraient des objectifs ESG.

Quatre enjeux concernent le pilier Environnement : décarbonation des activités et des produits, respect de la biodiversité, préservation de la ressource hydrique, auxquels s'ajoute l'économie circulaire.

Le pilier Social comprend, pour sa part, trois enjeux que sont la fidélisation des talents, la santé et la sécurité des employés et des utilisateurs ainsi que la qualité de vie et des conditions de travail.

Enfin, pour le pilier Gouvernance, le respect des directives RGPD et SAPIN 2 et l'intégration de la RSE à notre stratégie représentent les enjeux majeurs.

Ces neuf enjeux affectent évidemment notre activité et notre performance financière.

Quelle est la méthodologie qui a été mise en place pour faire de la RSE un axe structurant de la stratégie du Groupe et, au-delà, accompagner les différentes sociétés dans la mise en place d'actions concrètes ?

Nous avons d'abord mené un travail de conceptualisation et de clarification avec la holding et le Conseil d'Administration. Au terme de cette réflexion, nous avons matérialisé notre ambition de création de valeur durable qui concilie trois objectifs – social (*People*), environnemental (*Planet*) et économique (*Profit*). Au cœur de notre ambition, se trouve la satisfaction de nos parties prenantes, que nous servons par nos produits, nos solutions et notre culture de l'innovation.

Ce cadre conceptuel met bien en évidence l'objectif cardinal du Groupe, à savoir créer de la valeur durable pour ses parties prenantes. Il souligne en outre la nécessité de concilier trois objectifs, c'est en cela qu'il est durable. Un objectif économique consistant à adapter notre modèle d'affaires pour qu'il réponde plus efficacement aux nouveaux risques et opportunités ESG, dans le but de générer des flux de trésorerie plus compétitifs et résilients. Un objectif social et sociétal qui vise à faire du travail une activité agréable et sûre qui fédère les hommes et les femmes de nos entreprises autour de nos valeurs. Un objectif environnemental limitant l'empreinte de nos activités sur le réchauffement climatique, sur la biodiversité et sur la consommation d'eau.

Une fois ce travail réalisé, nous avons constitué une équipe pluridisciplinaire qui s'est consacrée à la mise en place d'outils et de méthodes. Chaque Directeur Général de nos sociétés y est représenté par son responsable RSE. Nous disposons désormais d'une commission RSE dotée d'experts et dont l'objectif est de conseiller les Directions Générales de nos entreprises et de partager les bonnes pratiques en vigueur.

Parallèlement, nous avons décidé de former nos 100 *top managers* à la Fresque du Climat avec, là encore, des retombées positives puisque les problématiques ont été partagées et les enjeux intériorisés. Nos sociétés ont prolongé l'exercice auprès d'un nombre grandissant de nos collaborateurs.

J'ajoute que le Conseil d'Administration, qui comprend un comité RSE se réunissant trois fois par an, a clairement souhaité qu'EXEL Industries accélère sur ces questions. C'est effectivement le cas puisque tous les acteurs du Groupe, de la Direction Générale aux Directeurs Généraux de nos sociétés en passant par les directeurs de la holding, sont au fait des questions de durabilité d'ailleurs systématiquement abordées lors de nos *top managers meetings* (CODIR Groupe).

Finalement, je crois que nous avons trouvé un bon équilibre entre le local et le global, entre l'autonomie laissée à nos entreprises et l'impulsion émanant du Groupe sur cette question de responsabilité sociale des entreprises, devenue centrale aujourd'hui.

Quelles sont, à l'issue de ces différents travaux, les politiques que le Groupe a décidé de déployer dans le cadre de sa stratégie RSE ?

Notre stratégie RSE consistant à créer de la valeur durable, nous avons établi, pour y parvenir, six politiques ciblées guidant nos actions. Ces politiques visent à aider nos clients à générer des revenus durables, à développer des produits durables, à utiliser des méthodes de fabrication durables, à agir en employeur responsable, à mettre en place une politique de conformité efficace et à intégrer la RSE dans la stratégie. Chacune de ces politiques se décline en axes de travail autour desquels les différentes actions que nous concevons et déployons s'arriment.



Pour concrétiser notre stratégie RSE, nous avons établi six politiques ciblées guidant durablement nos actions. »

Quelles ont été les principales initiatives déployées durant l'année écoulée en matière de RSE ?

Nous avons en premier lieu travaillé sur la reformulation de notre offre en vue de concilier harmonieusement les trois objectifs social (*People*), environnemental (*Planet*) et économique (*Profit*). C'est ce que nous appelons la *Unique Sustainable Value Proposition*. Cela passe par une politique d'innovation totale qui peut être technique, commerciale, organisationnelle ou encore servicielle. Le défi consiste en effet à trouver des solutions viables pour le client mais aussi pour le Groupe.

En matière d'environnement, il nous faut développer une nouvelle offre qui réponde au défi du réchauffement climatique dans des conditions économiques compatibles avec les objectifs de nos clients. Le sujet est complexe car il s'agit d'offrir un bénéfice tangible ou un avantage concurrentiel à l'utilisateur, sans éroder notre compétitivité. Cela doit nous conduire à trouver des solutions économiquement viables sur l'ensemble du cycle de vie de nos produits. Pour le dire autrement, il ne faut pas raisonner uniquement autour d'un prix d'achat mais autour du coût total de possession qui, certes, intègre le prix d'achat mais aussi les économies d'énergies et d'intrants qu'offrent nos produits et solutions. Encore faut-il que les acheteurs chez nos clients et les consommateurs changent leurs habitudes car le prix des produits va devoir intégrer les coûts de R&D et les investissements.

Sur le plan social, chacune de nos entreprises a réalisé des progrès importants en matière de santé et de sécurité. Résultat : le Groupe a divisé par deux le taux de fréquence des accidents entre 2017 et 2022, ce qui nous encourage à intensifier encore davantage nos efforts.

Un mot pour conclure sur les perspectives qui se présentent ?

Le principal enjeu à venir porte sur la CSRD et les ESRS dont le niveau d'exigence est bien supérieur à celui de la DPEF actuelle. D'où l'importance de la collecte des données qui constitue un défi majeur.

Pour conclure, je dirai que notre ambition reste avant tout de faire différemment et mieux qu'avant, en développant le plus possible des initiatives viables afin de contribuer, à notre échelle, à la transition écologique, à la satisfaction de nos clients et offrir à nos équipes un cadre de travail agréable et sûr.

STRUCTURER NOTRE POLITIQUE RSE

DES MATRICES DE MATÉRIALITÉ STRATÉGIQUE POUR HIÉRARCHISER NOS ENJEUX RSE

Avec l'établissement de matrices de matérialité stratégique couvrant ses activités, EXEL Industries a fait un grand pas en avant en matière de RSE. La démarche a consisté tout d'abord à sélectionner 29 enjeux RSE avec l'objectif d'évaluer leur impact ainsi que les risques et opportunités qu'ils font peser sur les activités du Groupe.

Ces différents enjeux RSE s'articulent autour des trois grands piliers ESG – l'environnement, le social et le sociétal, la gouvernance. L'identification de ces enjeux a amené le Groupe à questionner son modèle d'affaires pour s'assurer de sa pertinence.

Parallèlement, les parties prenantes définies⁽¹⁾ ont été sollicitées en vue d'une part d'identifier et de hiérarchiser la façon dont les activités du Groupe les impactent, d'autre part d'évaluer la performance et la pertinence des solutions déployées par chacune de nos sociétés. Des ateliers collaboratifs ont par ailleurs été organisés avec les Comités de Direction afin d'évaluer la manière dont les enjeux sélectionnés affectent leur activité en termes de chiffre d'affaires, de réputation, de satisfaction des employés, de satisfaction des distributeurs et clients et de réglementation.

La matrice de matérialité du Groupe fait apparaître, au terme

de cet exercice, neuf enjeux stratégiques, à la fois pour le Groupe et pour ses parties prenantes. Il s'agit de la décarbonation des activités et des produits, du respect de la biodiversité, de la préservation de la ressource hydrique, de l'économie circulaire, de la fidélisation des talents, de la santé et de la sécurité des salariés et utilisateurs, la qualité de vie et les conditions de travail, des directives RGPD et SAPIN II et de l'intégration de la RSE à la stratégie.

Pour y répondre, le Groupe a défini six politiques qui se traduisent en plans d'actions dans chacune des sociétés d'EXEL industries.

⁽¹⁾ Il s'agit du management et de la direction, des employés et des représentants du personnel, des clients et des consommateurs, des fournisseurs, de la communauté financière, des experts sectoriels, des institutions publiques et des institutions scientifiques.

DÉPLOYER DES INITIATIVES QUI CRÉENT DE LA VALEUR

RENOUVELER, RECYCLER, RÉUTILISER – VERS UNE PRODUCTION PLUS DURABLE

HOZELOCK a mis en place une politique de développement durable pour ses produits, emballages et processus de fabrication, structurée autour de trois axes : renouveler – recycler – réutiliser.

Des commissions regroupant différents métiers des marques principales de l'activité Jardin sont chargées du suivi de cette politique destinée à transformer en profondeur la manière de travailler et de produire.

Renouveler – pour prolonger la durée de vie des produits

Le premier axe repose sur la fabrication de produits conçus pour durer. Dès la phase de conception, sont privilégiés des matériaux réutilisables et renouvelables, afin d'étendre au maximum la durée de vie des produits. Ceci, soit en facilitant la livraison des produits en fin de vie vers des usines de recyclage, soit en mettant en place un système de pièces de rechange qui permet aux clients de réparer leurs produits.

Recycler – pour des solutions d'emballage durables

Le deuxième axe porte sur la réduction du volume d'emballages carton et plastique, avec la fin du suremballage et l'utilisation, dans la mesure du possible, de plastique recyclé ou biosourcé. L'objectif ? Trouver l'équilibre optimal entre réduction du poids

de l'emballage et utilisation de matériaux recyclés sans compromettre la qualité. Ces travaux s'étendent à l'utilisation d'emballages compostables lorsque cela est possible. Parmi eux, l'emballage Superhoze est désormais 100 % recyclable et compostable, contribuant à la réduction de plus de 94 tonnes de déchets plastiques.

Réutiliser – pour transformer les produits en fin de vie en nouvelles ressources

HOZELOCK a aujourd'hui une empreinte carbone qui dépend à 46 % des intrants, dont majoritairement du plastique. C'est pourquoi le troisième axe se concentre sur la réduction du plastique vierge dans la production et sur l'utilisation des matières plastiques recyclées. Un travail d'homologation a été déployé sur les sites anglais, français et italien HOZELOCK et G.F., afin d'identifier les plastiques susceptibles d'être remplacés par de la matière recyclée dotée des mêmes propriétés mécaniques que le plastique vierge. Les dernières nouveautés ont été développées en intégrant de nouvelles matières. Le composteur Easymix contient 90 % de matières fabriquées à partir de plastique recyclé et le Bokashi, 40 %.

Enfin une cartographie destinée à évaluer la démarche et la performance RSE des fournisseurs est en cours. La charte Achats Responsables a déjà été signée par 40 % du panel fournisseurs et cela, dès la première soumission.

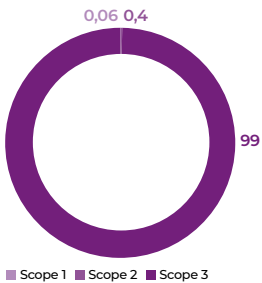
DES BILANS CARBONE ÉCLAIRANTS

Les bilans carbone réalisés sur les scopes 1, 2 et 3 des activités d'EXEL Industries⁽²⁾ montrent que les émissions globales du Groupe s'élèvent à 1 801 249 t eqCO₂.

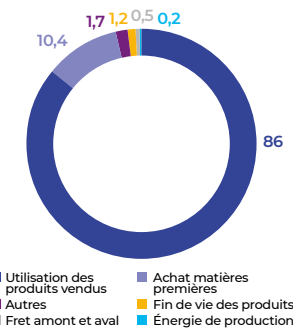
L'essentiel des émissions provient du scope 3 qui représente 99 % du bilan d'ensemble. Au terme de cette photographie, chaque société du Groupe a commencé à travailler sur l'inventaire des pratiques vertueuses susceptibles d'être mises en œuvre pour réduire de manière significative les émissions de chaque poste clé. Les initiatives sont retenues pour leur faisabilité, c'est-à-dire qu'elles puissent répondre à la fois au défi environnemental et au défi économique et créer de la valeur durable. Elles font désormais l'objet de plans d'actions que les sociétés mettent progressivement en œuvre. Avec, à la clé, un double objectif : accélérer leur déploiement et concrétiser la décarbonation du Groupe.

⁽²⁾ Les résultats de bilan carbone ont été publiés selon la méthode du GHG Protocol et du bilan réglementaire français.

ÉMISSIONS
PAR SCOPE (%)



ÉMISSIONS
PAR POSTE (%)



Hors ETW, HOLMER, NAUTISME, et fin de vie des produits TRICOFLEX.

TRICOFLEX INTÈGRE DU PVC RECYCLÉ DANS SES TUYAUX

Le PVC constitue la principale source des émissions de gaz à effet de serre de TRICOFLEX. C'est pourquoi, l'entreprise s'est donnée pour objectif d'utiliser du PVC recyclé afin de réduire son empreinte carbone.

Pour y parvenir, deux initiatives ont été lancées. La première consiste à identifier de nouveaux fournisseurs capables de proposer du PVC recyclé. La seconde vise à déployer des investissements en vue de faciliter le processus interne de fabrication de PVC recyclé à partir de rebuts de production et de déchets de PVC acheté. Dans ce cadre, les machines sont adaptées pour pouvoir intégrer du plastique recyclé dans le processus de fabrication des produits et, surtout,

garantir le même niveau de qualité que celui qu'offre le plastique vierge. C'est donc sur l'ensemble de la chaîne de valeur que se portent les efforts de TRICOFLEX : de la R&D, en passant par les achats, jusqu'à la conception et la fabrication du produit. TRICOFLEX est le principal fabricant des tuyaux HOZELOCK, qui sont à présent fabriqués avec du PVC recyclé à hauteur de 70 %, contre 40 % en 2022 et 0 % au préalable.

Cette démarche, au-delà de la réduction des émissions de gaz à effet de serre, permet de diversifier les sources d'approvisionnement et de limiter les risques de pénuries. Elle est amenée à s'intensifier, au fur et à mesure que les filières de recyclage se structurent.

EN CHIFFRES

91 %
c'est la part des émissions de gaz à effet de serre de TRICOFLEX provenant des achats de matériaux (plastiques).

94 TONNES
de déchets plastiques économisés pour l'emballage Superhoze de HOZELOCK.

4
Le PVC recyclé émet 4 fois moins de gaz à effet de serre qu'un PVC vierge.

INTÉGRER LE RÉTROFIT DANS LE MODÈLE D’AFFAIRES

Lorsqu’une machine est confrontée à un besoin de remise à niveau technologique, deux solutions s’offrent à l’utilisateur. Il peut la remplacer par un matériel neuf ou opter pour le retrofit, démarche consistant à transformer la machine en y intégrant une technologie de nouvelle génération.

Un nouveau cycle de vie peut alors commencer pour la machine. C’est sur ce second choix que France Pulvé, entité regroupant les entreprises françaises d’EXEL Industries spécialisées dans la fabrication de pulvérisateurs, a décidé de capitaliser. Sa stratégie s’articule autour de trois axes : offrir à l’agriculteur la possibilité de remplacer les pièces usagées ou obsolètes, tout au long du cycle de vie de la machine ; faciliter la montée en gamme de son matériel grâce à l’innovation technologique ; intégrer le retrofit dans le modèle d’affaires.

L’enjeu est double : d’une part, aider les utilisateurs à maintenir la valeur de la machine et ses performances au plus haut, donc sa valeur de revente et, d’autre part, à se positionner comme apporteur de solutions. Pour concrétiser sa démarche, France Pulvé propose de faire monter régulièrement en gamme la machine lors de sa première vie en y intégrant, par exemple, les évolutions des logiciels de pilotage et de gestion des données grâce auxquelles elle sera plus efficace, tout en prenant en compte l’évolution de la réglementation. Par ailleurs, dès lors que la machine a été revendue par l’agriculteur, France Pulvé peut la transformer et la mettre au dernier niveau de standard. Cette démarche comprend les enjeux de décarbonation via l’électrification



des fonctions ou *via* le recours à des carburants alternatifs, à l’instar de l’enjambeur Tecnomat S140HVV qui, à la suite d’une opération de retrofit, est alimenté à l’éthanol.

Avec cette démarche créatrice de valeur, France Pulvé conjugue objectifs financiers et objectifs ESG et intègre une forte dimension servicielle à son offre.

TROIS AXES STRATÉGIQUES

- Offrir à l’agriculteur la possibilité de remplacer les pièces usagées ou obsolètes, tout au long des différents cycles de vie de la machine.
- Faciliter la montée en gamme de son matériel grâce à l’innovation technologique.
- Intégrer le retrofit dans le modèle d’affaires.

SAMES PREND LE TOURNANT DE L’ÉLECTRIFICATION

L’analyse de matérialité et le bilan carbone de SAMES ont mis en évidence la nécessité de réduire les émissions de CO₂ de l’entreprise qui proviennent pour l’essentiel de l’utilisation de ses produits par les clients.

Or, la plupart d’entre eux fonctionnent avec de l’air comprimé dont le rendement est particulièrement faible et énergivore. C’est pour modifier cet état des lieux que le projet a été conçu.

Ses objectifs ? Remplacer l’air comprimé par de l’électricité sur les produits actuels et développer progressivement des produits qui n’ont plus besoin d’air. Ce projet d’électrification est appelé à s’étaler sur plusieurs années compte tenu des incidences qu’il a sur les métiers de SAMES – marketing, R&D, *supply chain*, forces de vente – qui doivent être repensés dans une large mesure. C’est pourquoi, dans un premier temps, les solutions automatisées, qui sont les plus émissives en CO₂,

seront privilégiées. Si la conduite de ce projet s’accompagne de contraintes techniques, commerciales et réglementaires, il n’en reste pas moins stratégique pour SAMES qui a décidé de s’y attacher dès à présent. L’enjeu de cette bascule vers l’électrique est double : il faut d’une part la conduire au bon moment pour ne pas être distancé par les concurrents et ne pas mettre en péril les ventes d’équipements neufs et, d’autre part, optimiser l’approche économique.

AGRIFAC CRÉE SON CENTRE DE FORMATION

La construction du centre de formation d’AGRIFAC vise à accueillir ses parties prenantes dans de bonnes conditions, notamment les clients et les partenaires, lors de sessions de formation ou à l’occasion d’événements en ligne.

Il permet notamment de partager avec les agriculteurs les évolutions de législation, de présenter la valeur ajoutée des solutions AGRIFAC ou encore de valoriser les innovations du Groupe grâce auxquelles la pulvérisation s’accompagne de meilleurs résultats avec un moindre impact sur l’environnement.

Répondant à la norme internationale BREEAM de développement durable pour l’environnement bâti, ce centre de formation, qui comprend par ailleurs un jardin, des espaces de loisirs et de repos, constitue aussi un lieu de rencontre au sein duquel les salariés peuvent échanger, se former ou encore prendre connaissance des présentations trimestrielles qui sont préparées à leur attention. Il peut aussi recevoir des écoles locales et d’autres entreprises.

Ce centre devrait, dès 2024, décerner des certifications à l’issue des formations dispensées.



AGROÉQUIPEMENTS

« GRÂCE À L'INNOVATION, NOUS MINIMISONS LES RISQUES DE FLUCTUATION DE LA DEMANDE LIÉE AUX ALÉAS CLIMATIQUES. »



ENTRETIEN AVEC
Bill Franklin,
Président de HARDI Australia

Quels sont les principaux défis auxquels le marché des agroéquipements doit faire face en Australie ?

En plus des défis ordinaires auxquels sont confrontés les agriculteurs dans d'autres régions du monde, les exploitants australiens doivent faire face aux difficultés supplémentaires liées à l'exploitation d'une terre aride. Les phénomènes climatiques extrêmes peuvent provoquer des inondations qui emportent les récoltes et le bétail, et des sécheresses intenses sont susceptibles d'entraîner une absence totale de récoltes pendant cinq ou six ans. Pour survivre dans un environnement aussi rude, il faut non seulement faire preuve de résilience, mais aussi profiter des bonnes années pour accumuler des réserves suffisantes. Le climat conditionne aussi les pratiques agricoles. L'enjeu est de conserver l'humidité présente en profondeur, ce qui implique d'éliminer les mauvaises herbes sans pour autant labourer le sol. D'où la nécessité d'appliquer des produits phytosanitaires pour éviter leur résurgence. Mais en raison de la taille des exploitations agricoles australiennes, le coût de ces produits s'avère particulièrement élevé.

C'est pourquoi la possibilité de réduire de manière significative les intrants et, par là même, d'améliorer l'empreinte environnementale des exploitations, représente pour les agriculteurs une opportunité à laquelle ils sont attentifs.

Autre grand défi, la chute de 34 % depuis 2009 du nombre d'entreprises de machines agricoles qui s'explique par la disparition ou le regroupement des petits distributeurs indépendants et, plus largement, par le phénomène de concentration des concessionnaires, laissant de nombreux clients sans support local.

Aujourd'hui, les agriculteurs sont pour l'essentiel en bonne santé financière. Cela est lié à la météo propice des deux ou trois dernières années et à des récoltes record associées à des cours plus élevés que d'habitude. Autant de facteurs qui leur ont permis de rembourser une grande partie de leurs dettes. Cette conjoncture favorable leur a permis d'acquérir des terres supplémentaires sur fond de taux d'intérêt bas et d'investir dans des biens d'équipement et des technologies afin d'améliorer leurs performances futures.

INITIATIVES & AVANCÉES

Dans ce contexte, comment HARDI Australia opère-t-il vis-à-vis de ses clients ?

HARDI Australia entend être pour ses clients « la marque de choix » en leur offrant une expérience de marque positive et meilleure que celle proposée par les concurrents. Pour y parvenir, HARDI Australia s'investit à 100 % sur la qualité. Grâce à l'innovation, nous nous développons sur de nouveaux marchés et minimisons les risques de fluctuation de la demande liée aux aléas climatiques. Aussi, quand nous proposons à nos clients des nouveaux produits d'une valeur substantielle, dotés par exemple de technologies qui les aident à réduire leurs coûts, ils sont intéressés, d'autant plus quand leurs revenus sont limités.

Avec quels types de clients HARDI Australia travaille-t-elle et quel type de services propose-t-elle ?

Notre modèle est singulier : nous entretenons des relations commerciales à la fois avec les concessionnaires et les agriculteurs. HARDI compte environ trois cents concessionnaires au niveau national, mais l'essentiel de l'activité provient d'environ soixante-dix d'entre eux. Quant aux clients finaux, ce sont en général des exploitations agricoles familiales, même si les grandes exploitations sont de plus en plus nombreuses dans notre portefeuille. Nous travaillons avec des clients issus de quasiment tous les secteurs de l'agriculture, de l'horticulture et de la viticulture avec néanmoins une prépondérance de la grande culture ou de la culture extensive.

Avec une force de vente nationale soutenant le réseau de concessionnaires, HARDI fournit une gamme variée de produits complets, de pièces détachées et de services après-vente pour répondre aux besoins des clients en Australie et en Nouvelle-Zélande.

Comment collaborez-vous avec la France et le Danemark pour fabriquer des machines conformes à la fois à la marque HARDI et au marché australien ?

HARDI Australia entend refléter la personnalité de marque d'HARDI tout en étant fidèle aux valeurs d'EXEL Industries. C'est pourquoi, nous entretenons une communication aussi fréquente qu'étroite avec l'Europe via différents canaux : réunions en ligne, établissement de rapports, visites de marché.

Si les gammes de produits sont assez proches d'un marché à l'autre dans les deux hémisphères, il s'agit aussi de prendre en compte les exigences locales. Par exemple, certains pulvérisateurs de grande taille ne sont vendus que sur le marché australien du fait de la présence de machines capables de couvrir de vastes superficies.

Quels résultats les synergies entre HARDI Australia et les autres marques du Groupe produisent-ils ?

HARDI Australia assure pour le compte d'autres sociétés d'EXEL Industries diverses fonctions administratives. Le PDG d'HARDI Australia est

également administrateur d'autres sociétés du Groupe afin de satisfaire aux exigences de la Commission australienne des valeurs mobilières et des investissements⁽¹⁾.

Au titre d'un récent accord avec ET Works, HARDI Australia représentera les pulvérisateurs automoteurs APACHE à partir de 2024. Ce partenariat élargira la représentation d'ET Works en Australie et complètera la gamme de pulvérisateurs automoteurs d'HARDI.

Quel rôle l'innovation joue-t-elle dans le développement d'HARDI Australia ?

Il est essentiel. La technologie de pulvérisation sélective GeoSelect, récemment mise sur le marché, a été développée à 100 % dans les installations de HARDI à Adélaïde. GeoSelect constitue un parfait complément à la solution de pulvérisation de précision en temps réel 3S, développée au sein du groupe EXEL Industries par EXXACT Robotics. Elle permet de déployer à la fois des techniques de pulvérisation sélective couplée (imagerie par caméra sur le pulvérisateur) et découplée (imagerie à distance). Des plans d'actions sont prévus pour développer la technologie GeoSelect à l'échelle mondiale.

En 2023, HARDI a aussi commercialisé sa technologie de contrôle des fluides HIVE⁽²⁾ qui contrôle, via une seule interface utilisateur, les fluides.

Quelles sont les initiatives qui ont permis à HARDI Australia de se développer en 2022-2023 ?

Pour accroître nos parts de marché, nous avons maintenu des liens étroits avec nos clients et mis en avant la valeur ajoutée de nos produits. Nous avons aussi mis en place dans notre usine de production la méthode LEAN pour améliorer en continu la production et éviter les gaspillages. N'oublions pas le partenariat qui unit HARDI Australia à la Society of Precision Agriculture Australia qui vise à promouvoir et à fournir une technologie de précision afin d'améliorer la durabilité de l'agriculture australienne grâce à une application réduite de produits chimiques.

Quelles sont les perspectives d'avenir d'HARDI Australia ?

HARDI Australia est aujourd'hui reconnue comme un acteur crédible dans le secteur de la technologie et sa part de marché est en hausse dans le secteur des pulvérisateurs automoteurs. L'enjeu consiste désormais à maintenir notre capacité d'innovation pour pérenniser une croissance durable.

⁽¹⁾ Australian Securities & Investments Commission

⁽²⁾ HARDI Integrated Vehicle Experience

AGROÉQUIPEMENTS

RESTER DANS UNE DYNAMIQUE DE CONQUÊTE

LA TECHNOLOGIE 3S SPOT SPRAY SENSOR® ÉQUIPE LES PULVÉRISATEURS AGRIFAC

Développée par EXXACT Robotics, la technologie de pulvérisation de précision en temps réel 3S Spot Spray Sensor® peut désormais équiper les Condor commercialisés par AGRIFAC.

Grâce à des capteurs embarqués, la technologie 3S propose de réduire significativement l'utilisation des intrants, de 30 à 80 %. L'analyse d'image spécifique en temps réel, utilisant l'intelligence artificielle, permet au système de détecter et localiser précisément les bio-agresseurs. Une innovation de rupture qui conjugue progrès technologique et retombées positives pour l'environnement.

Intégrée au système de détection par caméra AICPlus d'AGRIFAC,

la solution se distingue par sa grande précision en ce sens où le système est capable de cibler une zone de 25 cm x 25 cm. Elle est en outre utilisable aussi bien sur sol nu que sur grandes cultures, de jour comme de nuit, jusqu'à une vitesse de 25 km/heure.

Une innovation aux retombées positives

Pour intégrer cet équipement de pointe à leurs pulvérisateurs, les équipes d'AGRIFAC ont travaillé de concert avec celles d'EXXACT Robotics. Cette solution

s'inscrit dans le mouvement de modernisation qui depuis un siècle traverse le secteur agricole avec des équipements toujours plus performants, toujours plus efficaces et toujours plus précis. Interprétant ce que voit la caméra, les algorithmes de l'AICPlus rompent avec les pratiques adoptées jusqu'alors pour protéger les cultures. Il facilite en effet l'association simultanée de différents traitements, autorise la segmentation des zones d'application et génère des économies de ressources, quand bien même les interventions seraient plus fréquentes. En étant traitées uniquement lorsque et là où c'est nécessaire, les cultures affichent une meilleure santé. Cela implique toutefois de conseiller les clients sur le terrain afin qu'ils utilisent correctement la solution 3S et l'intègrent de manière efficace à leurs opérations agricoles. C'est ce à quoi les ingénieurs agronomes d'AGRIFAC s'emploient.

Déjà commercialisés en Australie et au Canada, les systèmes AICPlus seront prochainement disponibles en Europe centrale et orientale équipés de caméras 3S. Disposer d'une technologie aussi stratégique et, qui plus est, développée en interne, garantit la meilleure intégration possible et consolide la position d'AGRIFAC comme fabricant de pulvérisateurs haut de gamme.



UNE PRÉSENCE REMARQUÉE SUR LES SALONS PROFESSIONNELS

AGRIFAC, TECNOMA, BERTHOUD et EVRARD ont participé en septembre 2023 au salon Innovagri en exposant plus d'une douzaine de machines.

Plusieurs temps forts ont rythmé ces trois jours : organisation d'une soirée dédiée aux concessionnaires ; mise en avant de la solution de pulvérisation de précision 3S Spot Spray Sensor® d'EXXACT Robotics dans l'espace dédié aux nouvelles technologies et à l'agronomie ; promotion de l'automoteur Evrard Alpha Blue Edition. Ce nouveau modèle, enrichi de nombreuses options et améliorations, offre à l'utilisateur une expérience perfectionnée et un confort accru, une tenue de route parfaite et une pulvérisation de précision performante.

En novembre 2023, à Hanovre, le salon Agritechnica, le plus grand rendez-vous européen du machinisme agricole, a permis de mettre en lumière les avancées technologiques de plusieurs marques du groupe EXEL Industries. En effet, à cette occasion, TECNOMA et BERTHOUD



ont annoncé un partenariat avec FieldView, la plateforme d'agriculture numérique de Bayer, développée autour de la technologie de pulvérisation de précision Sniper et de l'utilisation des données en Europe. Son objectif ? Offrir aux agriculteurs des outils de pointe autorisant une meilleure visualisation des données, un contrôle en temps réel des performances des pulvérisateurs ainsi

que des décisions fondées sur des données dans le domaine de la protection des cultures et de la pulvérisation de précision. HARDI, en plus de ses dernières machines, y a présenté ses deux solutions de pulvérisation de précision : Hardi GeoSelect, technologie de ciblage des mauvaises herbes par géolocalisation, et Hardi SpotSelect qui intègre la technologie 3S Spot Spray Sensor® d'EXXACT Robotics.



UNE BINEUSE INJECTEUSE DE LISIER CONÇUE POUR LES CULTURES EN RANG

C'est lors du salon Agritechnica 2023 qu'HOLMER a présenté sa roue à lisier SecatFlex SL. Conçu pour être utilisé avec l'épandeur léger Terra Variant 435 pour la culture du maïs mais aussi sur d'autres tracteurs en tant qu'outil traîné, cet équipement permet à l'utilisateur de biner et d'injecter du lisier pour des cultures en ligne. Il est doté d'un système de guidage par caméra qui facilite le travail de qualité et évite par exemple d'abîmer les fourrières qui peuvent se trouver en bout de champs. Cette bineuse injecteuse de lisier, déjà disponible en Allemagne, est désormais accessible aux clients européens.



ENTRETIEN AVEC

Thomas Viot,
Directeur Général Asie
SAMES

INDUSTRIE

**« EN ASIE,
NOUS CONSERVONS
DES PARTS
DE MARCHÉ
SIGNIFICATIVES
CAR NOS CLIENTS
RECONNAISSENT
L'EXCELLENCE DE
NOS PRESTATIONS. »**

Quels sont les grands enjeux auxquels le marché de la pulvérisation industrielle doit faire face ?

Le premier enjeu porte sur l'amélioration de la productivité et de la rentabilité. Le marché de la pulvérisation industrielle se distingue par sa complexité dans la mesure où il requiert expertise technologique et sens de la rigueur. C'est le travail de finition de tout un processus industriel puisqu'il s'agit de la dernière opération sur la pièce traitée. Nous n'avons donc pas le droit à l'erreur. Les clients ont de réelles attentes en matière de qualité et de fiabilité. Et c'est exactement ce que nous leur offrons. C'est pourquoi en Chine nous conservons des parts de marché significatives car nos clients reconnaissent l'excellence de nos prestations.

Le deuxième enjeu consiste, à l'heure où les contraintes réglementaires environnementales se durcissent toujours plus, à être capables d'avoir une bonne efficacité de transfert. Cela signifie que la quantité de peinture pulvérisée doit effectivement être appliquée sur le substrat à peindre et non dispersée, afin de

limiter au maximum les composés organiques volatils. Plus le taux de transfert est élevé, plus les coûts sont maîtrisés et moins il y a de déchets et d'effets néfastes pour la santé et l'environnement. Du fait de l'évolution de la réglementation et de l'accroissement des exigences des clients en matière de responsabilité, la peinture à base de solvant est en nette régression et est progressivement remplacée par la peinture à base d'eau. On constate également, dans l'industrie générale, le remplacement progressif mais continu des applications peinture par des applications poudre. D'où la nécessité de nous repositionner sur la chaîne de valeur.

Enfin, dernier enjeu, les exigences normatives. Nos produits, conformes à la fois aux normes de l'Union européenne et ATEX (ATmosphères EXplosive), sont acceptés par la Chine. Demain, il n'est pas exclu que la Chine impose aux différents acteurs locaux évoluant sur son marché de respecter formellement les normes chinoises qui ne le sont aujourd'hui que par équivalence. Pour les acteurs étrangers, il y a donc un risque

stratégique de sortir du marché, d'où la nécessité d'anticiper, de mettre nos produits en conformité avec les normes chinoises et de les faire certifier.

Comment se porte de manière générale le marché de la pulvérisation industrielle en Asie ?

Il faut savoir que le marché asiatique est très divers avec des jeux d'influence non négligeables. On peut le représenter schématiquement de la manière suivante. Il y a tout d'abord les pays industrialisés à faible croissance (Japon, Corée du Sud) qui sont en demande d'innovation et trouvent des relais de croissance à l'international, dont en Asie du Sud-Est. S'y ajoute la Chine qui, grâce aux investissements étrangers, a pris son envol et comprend désormais de nombreux acteurs domestiques à l'expertise bien établie. À l'heure où le pays connaît un ralentissement de sa croissance et un début de vieillissement démographique, la Chine entend mettre en œuvre son projet stratégique des nouvelles routes de la soie dont l'objectif vise à la relier économiquement à l'Asie centrale et à l'Europe avec, à la clé, un développement des infrastructures de transport, un accroissement de ses exportations et de nouveaux débouchés pour ses industries. Ce projet présente pour EXEL Industries de nombreuses opportunités commerciales. N'oublions pas les pays de l'Asie du Sud-Est qui connaissent une très forte croissance.

Sur ces différents marchés, tout va très vite. SAMES bénéficie d'une belle image de marque du fait de la qualité et de la robustesse de ses produits ainsi que des partenariats pertinents que nous y avons développés. Cela se traduit par respectivement 35 % et 80 % de parts de marché dans l'automobile et dans le bois sur le marché asiatique. Pour autant, les risques concurrentiels sont réels. Les acteurs locaux sont en effet montés en gamme, demeurent beaucoup moins chers que nous et sont à l'offensive dans l'industrie générale, notamment sur les applications de poudre et sur la haute viscosité, y compris dans l'automobile. En revanche, dans l'électrostatique automobile, nous conservons des positions prépondérantes. Aujourd'hui, les marchés qui nous offrent le plus d'opportunités sont ceux des véhicules électriques avec les batteries, du gaz naturel liquide et du ferroviaire.

Avec quels types de clients SAMES travaille-t-il sur le marché asiatique et pour quel type de prestations ?

Si SAMES travaillait historiquement avec des clients finaux, depuis 2017 nous avons développé un modèle partenaire, fondé sur un réseau d'intégrateurs à qui nous fournissons des composants qui sont alors intégrés dans leurs systèmes proposés aux clients finaux. Nous travaillons aussi avec des distributeurs qui développent eux aussi des capacités d'intégration. Cette évolution s'est révélée positive puisqu'elle nous a permis d'avoir une meilleure couverture du marché. Du côté des marchés, nous sommes présents dans l'automobile, bien sûr, qui représente 85 % de notre chiffre d'affaires dans cette région. À cela, s'ajoutent

le bois, les profils aluminium, les équipements de construction et de machines agricoles, l'éolien ou encore les produits de consommation courante. Nous essayons de percer sur le marché de l'anticorrosion qui offre de belles perspectives.

Quel rôle l'innovation joue-t-elle dans le développement de SAMES ?

Nous observons qu'il y a une forte attente d'innovation technique sur les marchés matures que sont la Corée du Sud et le Japon. Nous y répondons à travers les solutions d'impression Printec, encore en développement, et le Low Energy Process, nouvelle technologie appliquée aux bols rotatifs, qui offre une efficacité de transfert de plus de 90 %. En revanche, en Chine, nos clients préfèrent des solutions éprouvées. L'attente d'innovation n'est donc pas la même. Pour notre part, nous considérons qu'il est essentiel d'innover dans tous les domaines – technologique, commercial et logistique – car c'est un réel facteur de succès. Nous bâtissons d'ailleurs des plans d'actions pour répondre aux évolutions du marché et trouver des solutions pertinentes en matière de diminution des coûts, de gestion des stocks et de délais de livraison.

Quelles ont été les grandes avancées de l'année 2022-23 ? Quelles sont les initiatives qui ont permis à SAMES de rester dans une dynamique de développement ?

Il faut en premier lieu mettre en avant l'apport d'iNTEC, société spécialisée dans le collage et la haute viscosité, acquise en 2020 par SAMES. Ses références et son expertise reconnue contribuent à développer nos ventes à destination de l'assemblage automobile et à conquérir de nouveaux clients chinois.

De plus, l'année a été marquée par une hausse importante de notre chiffre d'affaires en Asie – de plus de 25 % – tirée par le marché automobile. Nous accompagnons la restructuration du marché automobile qui s'électrifie et sommes entrés en Chine sur le marché du ferroviaire dont les chaînes de peinture se robotisent. Nous avons aussi fourni un premier projet pour méthaniers et noué un partenariat stratégique avec le plus grand fabricant de cabines à poudre de Chine. N'oublions pas, bien sûr, nos actions au long cours qui visent à nous faire connaître auprès des fabricants de peinture en vue de qualifier nos produits auprès des clients finaux ou encore la formation continue de nos partenaires locaux, ainsi que le travail déployé pour accroître notre visibilité en Asie. C'est une démarche essentielle à l'heure où le marché automobile en Chine pourrait être moins dynamique en 2024.

INDUSTRIE

RENFORCER NOTRE LEADERSHIP

SAMES NORTH AMERICA OU L'ESPRIT DE CONQUÊTE

Si le marché de la pulvérisation industrielle offre de belles perspectives en Amérique du Nord, il doit prendre néanmoins, comme de nombreuses autres activités, le virage du développement durable.

C'est pourquoi, l'électrification des produits, l'efficacité du taux de transfert ou encore le recyclage et la réutilisation des matériaux constituent des défis importants qu'il s'agit de bien négocier. En dépit du ralentissement économique qui affecte momentanément les économies américaine et canadienne, Sames North America dispose de positions solides pour continuer à croître, porté par le passage à l'automatisation, le dynamisme de l'industrie automobile et la bonne tenue des secteurs de la fabrication et de la construction.

L'économie mexicaine, quant à elle, connaît une légère contraction mais voit son marché automobile poursuivre son essor. Le Mexique bénéficie en outre de l'installation de nombreuses entreprises étrangères – en *reshoring* depuis l'Asie ou en *nearshoring* depuis les États-Unis et le Canada – avec, à la clé, des investissements significatifs.

Un modèle qui fait ses preuves

Sames North America travaille avec trois typologies de clients. Avec les distributeurs tout d'abord qui fournissent des services de vente et d'après-vente aux clients finaux allant des produits d'application manuelle aux solutions entièrement automatisées. Avec les intégrateurs qui proposent des solutions et des services d'automatisation. Avec les grands comptes OEM enfin qui offrent

des solutions d'automatisation avec nos partenaires distributeurs. Pour renforcer ses positions, Sames North America met l'accent sur l'innovation grâce à laquelle elle améliore la qualité et l'efficacité de ses produits tout en ayant un impact positif sur l'environnement.

2023 a été une année riche d'avancées avec l'installation d'un nouveau laboratoire pour peintures en poudre à la pointe de la technologie grâce auquel Sames North America est revenu sur ce marché et y a renforcé ses compétences. La toute nouvelle cabine de poudrage permet aux clients finaux de valider leurs processus applicatifs et la technologie brevetée TEC5 du centre améliore le taux de transfert, limite les déchets et est bénéfique à l'environnement.

La différenciation, véritable facteur clé de succès

La différenciation est un enjeu incontournable pour rester dans la course et continuer à croître. C'est pourquoi Sames North America privilégie les relations de long terme avec ses partenaires en les soutenant à chaque étape, dès qu'ils en ont besoin. Une logique qui s'applique aussi dans les relations avec les clients finaux : SAMES développe des produits et services pour les accompagner dans la maintenance de leurs équipements.

Enfin, l'accent est mis sur la collaboration avec les usines françaises et allemandes de SAMES, notamment dans le cadre d'un projet qui confère localement une flexibilité maximale tout en réduisant les délais de production.



L'INNOVATION AU CŒUR DE LA CYCLOMIX® EVO

SAMES a revisité la manière de faire de la peinture industrielle en mettant sur le marché une machine de dosage et de mélange de peintures unique.

Baptisée Cyclomix® Evo, cette machine à l'architecture innovante réinvente le dosage avec davantage de précision, quel que soit le débit. Elle garantit aussi un mélange homogène grâce à une technologie d'injection brevetée, simplifiant ainsi la mise en production de produits variés. Adaptable à tous types d'usines, elle contribue en outre à la préservation de l'environnement. Elle réduit en effet la consommation

de peinture de 10 %, limite le volume de composants organiques volatils dans l'atmosphère et automatise la gestion des déchets.

Dotée d'une connectivité flexible avec un écran déporté et une application mobile, elle est personnalisable selon les besoins des utilisateurs. Elle offre enfin à l'utilisateur une traçabilité complète, synonyme de qualité pour les produits fabriqués et de maintenance préventive. Forte de ses atouts en termes de performance, d'utilisation et de RSE, la Cyclomix® Evo incarne assurément l'avenir de la pulvérisation industrielle.



LE PREMIER FABRICANT DE VÉHICULES ÉLECTRIQUES AU MONDE CHOISIT SAMES

Entreprise créée en 1995, BYD est aujourd'hui l'un des plus importants constructeurs de véhicules électriques au monde en termes de chiffre d'affaires.

Basée à Shenzhen dans le sud de la Chine, elle se singularise par une très forte intégration verticale de sa chaîne de valeur, avec une présence allant de l'exploitation de mines de terres rares à la fabrication et la vente des batteries et des véhicules. Autant d'atouts qui lui permettent de couvrir un large éventail de marchés.

Grâce à ses unités d'encollage pour les carrosseries et aux solutions Sames Intec, installées et mises en service sur plus de 200 systèmes automatiques dans plusieurs

usines de BYD en Chine (Changsha, Hefei, Xi'an), Sames China est depuis 2022 devenu un fournisseur de premier plan de BYD. Le succès de SAMES se poursuit en 2023 avec la commande de 84 systèmes automatiques passée par la nouvelle usine de Ji'nan.



EN CHIFFRES

84

Le succès de SAMES se poursuit en 2023 avec la commande de 84 systèmes automatiques.

sames **intec**
sames **nanocoat**



ENTRETIEN AVEC
Alberto Carniato,
Directeur Général de G.F.

LOISIRS

**«NOUS DEVONS
RELEVER
SIMULTANÉMENT
LES DÉFIS
D'UN MARCHÉ
EN ÉVOLUTION ET
DU CHANGEMENT
CLIMATIQUE.»**

Comment se porte le marché des équipements de jardin en Europe ?

Ces dernières années, le secteur du jardin et de l'arrosage, à l'instar de celui de l'habitat, a vu son chiffre d'affaires croître de manière significative. Avec les confinements successifs en 2020 et 2021, la demande a fortement augmenté. Puis, au cours des deux dernières années, la courbe du chiffre d'affaires s'est infléchie avant de se stabiliser. Les besoins des consommateurs ont évolué rapidement et ont donné la part belle aux voyages et aux loisirs.

De plus, les derniers développements géoéconomiques et géostratégiques ont eu une incidence significative, non seulement sur les coûts des matières premières et sur les prix, mais aussi sur le niveau de confiance des consommateurs en l'avenir.

Quels sont les grands enjeux auxquels le marché des équipements de jardin doit faire face ?

Notre industrie doit relever deux défis : un défi de marché pour lequel nous disposons d'atouts qui nous placent un cran au-dessus de nos concurrents directs, et un défi plus global, celui du changement climatique. Avec les effets déjà palpables du dérèglement climatique, il faut

passer au tamis de la durabilité les processus en place. L'utilisation de matériaux recyclés, la réduction de notre empreinte carbone, la gestion prudente des ressources énergétiques et en eau, ne constituent que quelques exemples de la manière dont nos processus commerciaux et notre portefeuille de produits peuvent être repensés et adaptés. La flexibilité et la capacité d'innovation seront cruciales pour y faire face. Pour répondre aux besoins des clients, il faut capitaliser sur une stratégie de prix prudente, une proximité avec les marchés cibles et des offres innovantes. Ces dernières doivent s'attacher à la qualité, à la durabilité, à la facilité d'utilisation, et être pourvues de caractéristiques différenciantes.

Quel bilan faites-vous de l'intégration de GF Garden au sein du Groupe EXEL Industries ? Quelles en sont les retombées ?

L'intégration de G.F. s'est faite et continue de se faire avec beaucoup de rapidité et de facilité. De nombreux facteurs y ont contribué. Mais l'élément le plus important repose sans aucun doute sur la volonté de chacun de se rendre disponible, de s'entraider tout au long de ce processus d'intégration et d'assimiler le plus rapidement possible la nouvelle dynamique collective. L'état d'esprit est excellent et je trouve

qu'il est beau de partager, dans le respect de nos diversités culturelles et nationales, les mêmes valeurs et une vision commune. Si les changements qui ont affecté notre marché et nos concurrents ont contribué à accélérer le projet de réorganisation de la force de vente, ils sont probablement à notre avantage. Nous avons en effet beaucoup plus de flèches à notre arc, nous revendiquons une offre commerciale incroyablement large et profonde et nous disposons d'une capillarité unique sur nos marchés. Notre Groupe se distingue par son offre multimarque et par sa structure de production et de logistique bien établie dans les principaux pays de référence. Les avantages qui en découlent pour G.F. sont certainement plus importants que par le passé. Nous sommes désormais en mesure de proposer à nos clients une importante gamme de tuyaux d'irrigation qui, auparavant, était absente du catalogue de G.F. Nous avons aussi les moyens d'atteindre les différents marchés de manière plus efficace, grâce à un réseau de vente et de logistique plus étendu.

Travailler avec des professionnels de différents pays, dotés de savoir-faire multiples, enrichit le bagage culturel, professionnel et humain de chacun de nous.

J'ajoute que la nature familiale du Groupe favorise également la vision à moyen et long terme avec des investissements prudents visant à améliorer les performances et l'innovation et un accent mis sur la durabilité environnementale. La structure de gouvernance particulière permet également de tenir compte du besoin d'autonomie locale des sociétés tout en facilitant le partage des meilleures pratiques en vigueur. L'Académie EXEL en est un exemple parlant.

Quelles sont les initiatives qui ont permis à GF Garden et donc à EXEL Industries de se développer et de « marquer des points » en 2022-2023 ?

L'année 2022-2023 a été une année de transition. Nous avons décidé de créer, au sein de l'activité Jardin, une équipe Private Label dédiée, alors que le marché des marques distributeurs est en plein essor. En effet, les partenariats industriels avec les distributeurs devenant de plus en plus exigeants (qualité premium, innovation continue et durabilité des produits), nous développons des compétences transversales et repensons notre organisation pour mieux les accompagner. C'est pourquoi cette équipe est amenée à travailler entre les différentes marques de l'activité Jardin, afin d'être plus réactive et compétitive.

D'importantes consolidations et de nouveaux projets ont aussi été menés. Ainsi, le groupe Adeo, l'un de nos clients les plus importants, a reconduit G.F. comme principal fournisseur de la gamme d'irrigation de surface avec une offre amplifiée incluant désormais la gamme d'irrigation goutte-à-goutte Geolia et plusieurs nouvelles références comprenant des tuyaux spéciaux, des contrôleurs et des kits d'irrigation. Le fait que G.F. puisse gérer

entièrement le développement des produits, de la conception à la création de moules, de la production à la logistique et à l'assistance à la clientèle, constitue un atout, notamment lorsqu'il s'agit de marques de distributeur.

En outre, les synergies nouvelles avec HOZELOCK et TRICOFLEX ont considérablement élargi la gamme d'offres disponibles en Italie. Cela nous permet d'étendre notre catalogue de produits, d'être perçus comme une entreprise multimarque et d'amplifier l'impact de la marque G.F. chez les clients existants. Nous finalisons par exemple un important projet d'extension de l'offre impliquant toutes les marques du portefeuille avec OBI Italia.

**«Dans un marché en forte
évolution, nous aurons de
belles opportunités à saisir.»**

Alberto Carniato

Quel est le rôle de l'innovation dans le processus de développement des entreprises de G.F. ?

Elle a toujours été au cœur de notre ADN. Elle a joué un rôle fondamental dans la naissance de la gamme Unconventional où l'innovation était technique mais aussi esthétique et conceptuelle. Elle a permis à G.F. d'émerger et de se faire connaître d'une manière plus « colorée ». Avec le lancement en 2020 de la gamme RECO recyclée, l'innovation est devenue durable. Aujourd'hui, nos efforts continuent de porter sur la durabilité des produits et des emballages via l'utilisation de matériaux recyclés ou plus respectueux de l'environnement et des processus revisités englobant le processus de production interne et externe. C'est un engagement de notre part et une réponse aux exigences des clients.

Quelles sont les perspectives du marché ?

En ces temps d'incertitude et de méfiance générale, le marché est entré dans une nouvelle ère. La qualité perçue et l'innovation sont devenues plus importantes qu'autrefois. Les consommateurs sélectionnent leurs produits méticuleusement, ce dont témoigne l'importance qu'a prise ces dernières années le Private Label, et portent une attention particulière à la question de l'impact environnemental. Pour autant, je suis convaincu que G.F. et l'ensemble de la division EXEL Garden auront de belles opportunités à saisir à l'avenir.

LOISIRS

MISER SUR
L'INNOVATION
POUR PROGRESSER

DEVAUX REJOINT
EXEL INDUSTRIES

EXEL Industries a annoncé en juin 2023 l'acquisition de 81 % du capital du groupe familial français Devaux, spécialisé dans la fabrication et la commercialisation d'outils de jardin.

Avec cette acquisition, EXEL Industries renforce son activité Loisirs en proposant à ses clients une nouvelle gamme de produits de jardins tournés vers l'outillage à main.

Le groupe Devaux, qui a réalisé en 2022 un chiffre d'affaires de 12 millions d'euros et emploie une cinquantaine de salariés, présente la particularité d'opérer en marque propre mais aussi en marque distributeur. Il est présent dans les jardineries, dans les magasins de bricolage et chez les distributeurs GSA (Grandes Surfaces Alimentaires).

Au terme de cette opération, le groupe Devaux, dont le directeur général reste Jean-Luc Devaux, devient une filiale d'Hozelock EXEL. Quant à la marque Devaux, elle vient enrichir l'activité Jardins du Groupe, déjà composé des marques Hozelock, G.F., Berthoud et Tricoflex, aux côtés desquelles elle se développera.



DOUCHE CHAUDE
POUR G.F. ET HOZELOCK

Initialement développée par G.F., la douche solaire d'extérieur fournit aux utilisateurs de l'eau chaude directement chauffée par le soleil, sans recourir à la moindre énergie, ce qui s'avère idéal pour les activités de loisirs en plein air.

Répondant du fait de son caractère responsable aux aspirations des clients, cet équipement novateur a retenu l'attention d'HOZELOCK qui a décidé de la commercialiser après avoir procédé, avec les équipes de G.F., à quelques développements ou ajustements. Intégration de nouveaux matériaux, volonté de conférer au produit un design HOZELOCK,

réalisation d'essais, information des équipes commerciales tout au long du processus d'adaptation, autant d'étapes lors desquelles la collaboration entre les deux sociétés a été exemplaire. Lors du lancement de ce produit, l'enjeu était double : proposer une innovation s'inscrivant dans les objectifs de développement d'HOZELOCK sans entamer les ventes de G.F. L'objectif a assurément été atteint. Si le produit a trouvé son public, il est appelé à prendre davantage d'essor à l'avenir à l'heure où les loisirs et le bien-être se développent massivement et deviennent toujours plus présents dans l'esprit de chacun.

EXEL YACHTING REMPORTE LE PRIX
BERNARD RUBINSTEIN POUR SON TOFINOU 7.9

Début septembre 2023, EXEL Yachting a eu le plaisir de voir le tout premier nouveau bateau sorti du chantier TOFINOU depuis son intégration dans le Groupe il y a deux ans.

Présenté au salon nautique international à flot Le Grand Pavois La Rochelle, qui s'est tenu du 20 au 25 septembre 2023, le TOFINOU 7.9 est le plus petit dayboat de luxe de la gamme TOFINOU.

Conjuguant conception haut de gamme et atouts exceptionnels, il se distingue notamment par son grand cockpit, sa motorisation à bord totalement électrique, ses matériaux nobles, ses finitions haut de gamme et ses équipements raffinés.

Les skippers peuvent l'utiliser autant pour une navigation en solo que pour une balade en famille. Lauréat du prix Bernard Rubinstein du Voilier de l'année 2024, le TOFINOU 7.9 marque

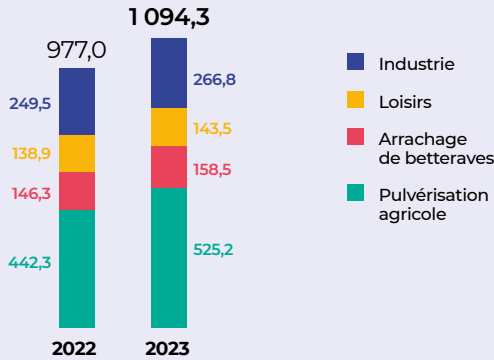


une rupture avec l'ancienne génération de TOFINOU. Ce concentré d'innovations a en effet été, tout au long de sa conception, guidé par la recherche d'une expérience client optimale,

par une meilleure gestion des coûts et par la volonté de prendre une longueur d'avance sur la concurrence grâce à ses batteries électriques amovibles. Le pari est réussi !

Nos
INDICATEURS
financiers

VENTES PAR ACTIVITÉ
en millions d'euros



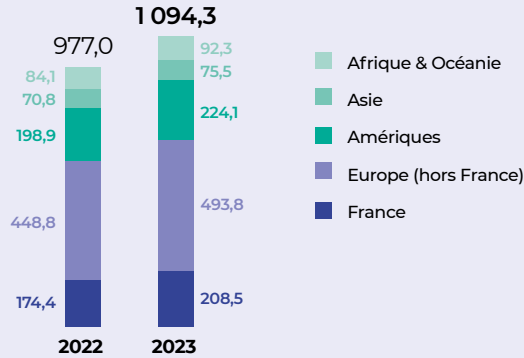
RÉSULTAT NET

42
MILLIONS D'EUROS

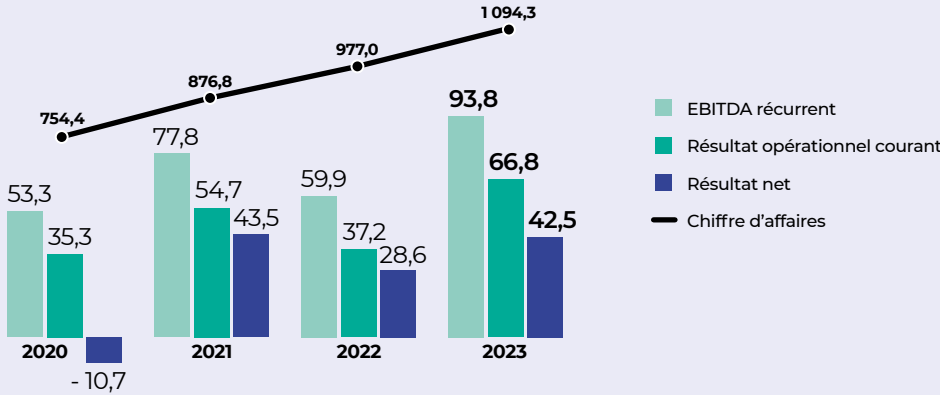
8,6 % EBITDA récurrent / Chiffre d'affaires

1,57 €
Dividende par action

VENTES PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE
en millions d'euros



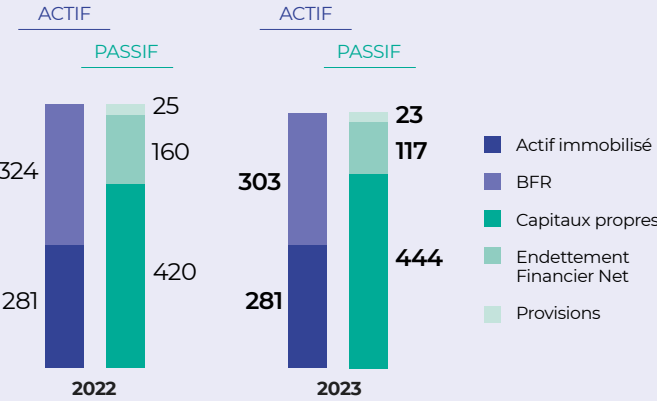
RÉSULTATS en millions d'euros



BILAN SIMPLIFIÉ en millions d'euros

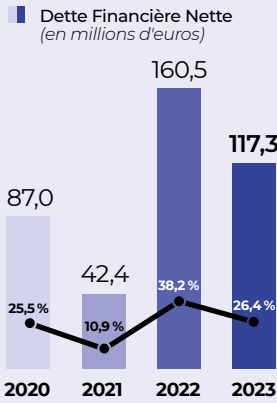
Chiffre d'affaires

1,1
MILLIARD D'EUROS

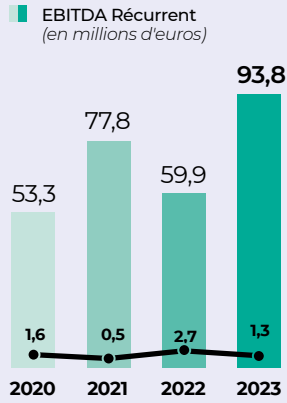


ENDETTEMENT FINANCIER NET

Gearing
(Dette Financière Nette/Capitaux propres)



Levier
(Dette Financière Nette/EBITDA récurrent)



LE CARNET

de l'actionnaire

ÉVOLUTION DU COURS DE BOURSE



➔ **62,80 €**
PLUS HAUT DE L'EXERCICE

➔ **33,80 €**
PLUS BAS DE L'EXERCICE

CARTE D'IDENTITÉ D'EXEL INDUSTRIES

NYSE EURONEXT PARIS, COMPARTIMENT B

Indices : indice EnterNext® PEA-PME 150

ISIN/MNEMO/Reuters/Bloomberg :
FR0004527638/EXE/EXEP.PA/EXE:FP

Clôture de l'exercice 2023 : 30 septembre

Nombre d'actions : 6 787 900

Valeur nominale : 2,50 €

AGENDA 2024



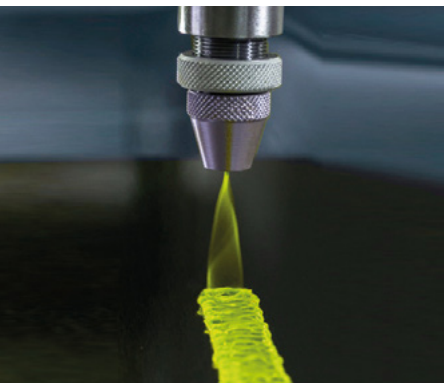
25 JANVIER	Chiffre d'affaires 1 ^{er} trimestre
6 FÉVRIER	Assemblée Générale
24 AVRIL	Chiffre d'affaires 2 ^e trimestre
24 MAI	Résultats 1 ^{er} semestre

23 JUILLET	Chiffre d'affaires 3 ^e trimestre
25 OCTOBRE	Chiffre d'affaires 4 ^e trimestre
19 DÉCEMBRE	Résultats annuels

ANALYSTES COUVRANT L'ACTION EXEL INDUSTRIES

ODDO : Jean-François GRANJON
GILBERT DUPONT : Christine ROPERT
IDMIDCAPS : Denis SCHERRER

PORTZAMPARC : Nicolas DELMAS
CIC : Dominique DESCOURS



NOS PRINCIPAUX SITES WEB

BERTHOUD : www.berthoud.com
CMC : www.cmc51.fr
EVRARD : www.evrard-fr.com
TECNOMA : www.tecnoma.com
MATROT : www.matrot.fr
NICOLAS SPRAYERS : www.nicolas-sprayers.com
AGRIFAC : www.agrifac.com
HARDI : www.hardi-fr.com
APACHE SPRAYERS : www.etsprayers.com
EXXACT ROBOTICS : www.exxact-robotics.com
HOLMER : www.holmer-maschinenbau.com
CAPAGRI : www.capagri.com
HOZELOCK : www.hozelock.fr
G.F. : www.gfgarden.it
DEVAUX : www.devaux.fr
COOPER PEGLER : www.cooper-pegler.com
RHÉA MARINE : www.rhea-marine.fr
LASER INDUSTRIE : www.laser-industrie.com
WAUQUIEZ : www.wauquiez.com
TOFINOU : www.tofinou.com
SAMES : www.sames.com
TRICOFLEX : www.tricoflex.com
INTEC : www.sames-kremlin.com

Crédits photos : AG TRACKS, AGRIFAC,
ANTOINE TACETTI, BERTHOUD, EXEL INDUSTRIES,
EXEL YACHTING, EXXACT ROBOTICS,
FRANCE PULVÉ, G.F., HARDI AUSTRALIA, HOLMER,
HOZELOCK, ISTOCKPHOTO, LEANG SENG, SAMES,
TECNOMA, TOFINOU, WAUQUIEZ
Rédaction : Sô different

EXEL Industries

SIÈGE ADMINISTRATIF

78, boulevard Malesherbes
75008 Paris
France

SIÈGE SOCIAL

54, rue Marcel Paul
51200 Épernay
France

www.exel-industries.com

