antalis
Just ask Antalis

Présentation Investisseurs

Mai 2017

Présentation des Intervenants

Hervé Poncin,
Directeur Général d'Antalis

- ✓ **23 ans chez Antalis après avoir été Directeur Marketing Grands Comptes chez Apple**
- ✓ **Plusieurs postes de Directeur de Business Unit européennes, Marketing & Achats du Groupe. Nommé Vice-Président exécutif d'Antalis en 2007, puis également Directeur Général d'Antalis en 2009, puis Directeur Général adjoint de Sequana en 2014**

Xavier Roy-Contancin,
Directeur Financier de Sequana et d'Antalis

- ✓ **15 ans chez Sequana depuis sa nomination en tant que Directeur Financier d'Antalis en 2002, il est devenu Directeur financier du groupe en 2009**
- ✓ **Il commença sa carrière chez PWC en 1982, avant d'occuper plusieurs postes à responsabilités chez Carnauld Metalbox et DeLaval**

Pascal Lebard,
Président Directeur Général de Sequana, Président du Conseil d'Administration d'Antalis

- ✓ **Plus de 13 ans d'expérience chez Sequana**
- ✓ **Il a été membre du directoire de Sequana (2004), Directeur général délégué (2005), Directeur Général de Sequana (2007), puis Président Directeur Général de Sequana (2013)**

Principaux termes de l'opération

Structure	▪ **Les actionnaires de Sequana recevront 18,36% des actions d'Antalis International** ▪ **1 action Antalis International distribuée pour 5 actions Sequana détenues**
Calendrier	▪ **6 Juin 2017 : Assemblée Générale Mixte des actionnaires de Sequana statuant sur la distribution envisagée des actions d'Antalis International** ▪ **Le détachement de la distribution se déroulera peu de temps après l'Assemblée Générale des actionnaires Mixte et fera l'objet d'une communication publique par Sequana au minimum 4 jours avant la distribution**
Engagement de conservation	▪ **Sequana s'est engagé à respecter un engagement de conservation de 6 mois**
Gouvernance	▪ **La gouvernance est fondée sur les bonnes pratiques de gouvernance d'entreprise (code Afep / Medef)** ▪ **Le conseil d'administration est composé de 8 membres dont :** - **4 membres indépendants, 1 représentant de Bpifrance Participations**

Aperçu d'Antalis

Vision & Mission

- Vision: renforcer les positions du groupe, **leader mondial de la distribution professionnelle ("BtoB")** de Papiers, de produits d'Emballage, de supports pour la Communication Visuelle et de services associés
- Mission: offrir **l'excellence à ses clients à travers expertise et innovation** dans les produits et services fournis, **et dans ses relations avec les partenaires commerciaux et parties prenantes**

Un leader mondial

En Europe de la Distribution BtoB de Papiers et Emballage

Mondial de la Distribution BtoB de Papiers (excl. USA)

(1)

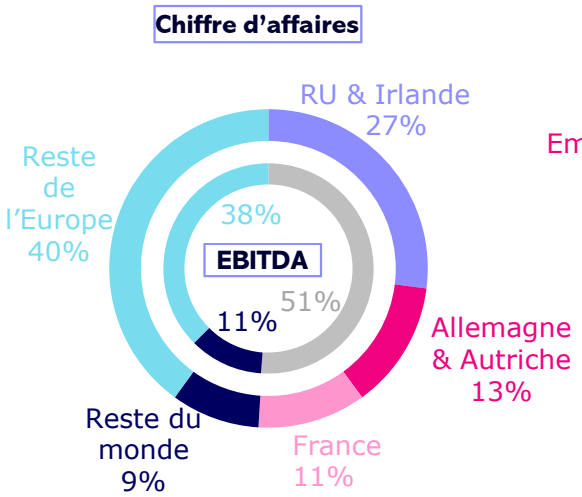
En Europe de la distribution de supports de Communication Visuelle

Chiffres clés 2016

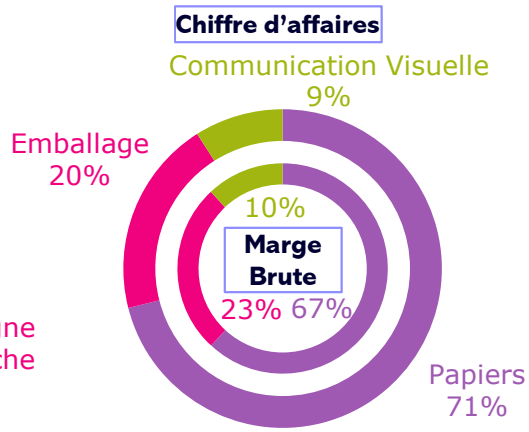
- Chiffre d'affaires consolidé : **2 459M€**
- EBITDA : **88M€ / 3,6% du chiffre d'affaires**
- ROCE : **14,4%**[2]

REPARTITION GEOGRAPHIQUE ET SECTORIELLE 2016

PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE



PAR SECTEUR D'ACTIVITÉ



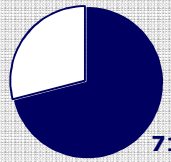
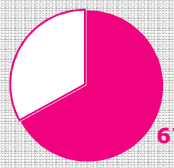
- ✓ Activité dans **43 pays** répartis sur **5 continents**
- ✓ **Plus de 5 600 employés** au service **d'environ 130 000 clients** dans le monde
- ✓ **118** centres logistiques **dans le monde**
- ✓ **14 000 livraisons par jour**

(1) Source: estimations de la société, #1 à égalité avec Spandex et Vink

(2) ROCE: EBIT avant impôts / Capital Investi selon les chiffres à fin d'année

Présentation des secteurs d'activité et des marchés d'Antalis

Une offre Papiers complète

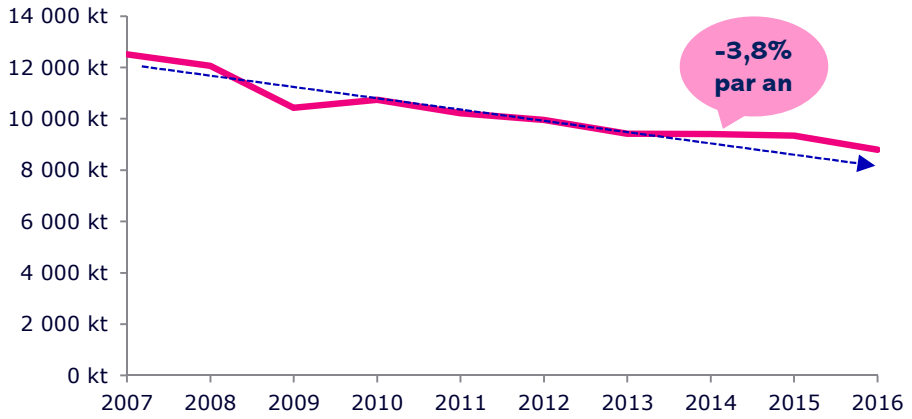
Papiers	Principaux produits	Principales Marques	Clients	Taille du marché en Europe(1)	Position sur le marché(1)
Contribution au CA 2016 	**Papiers d'impression** • Papiers couchés et non couchés • Papiers de spécialité et de création • Enveloppes • Pré-presse	NOVATECH Print Speed tom&otto digigreen conqueror cocoon	• Imprimeurs • Agences de publicité • Editeurs	**9Mt** de papiers -3,8% par an	#1 en Europe, avec 18% de parts de marché
Contribution à la marge brute 2016 	**Papiers de bureau** • Papier pour photocopieuse (A4, A3) • Enveloppes	image xerox Data copy Pioneer Color Copy	• Grandes entreprises • Organismes publics et administrations • Distributeurs de fournitures de bureau		#1 mondial (hors US)

(1) Source: estimations par la Société du marché potentiel de la distribution de Papiers

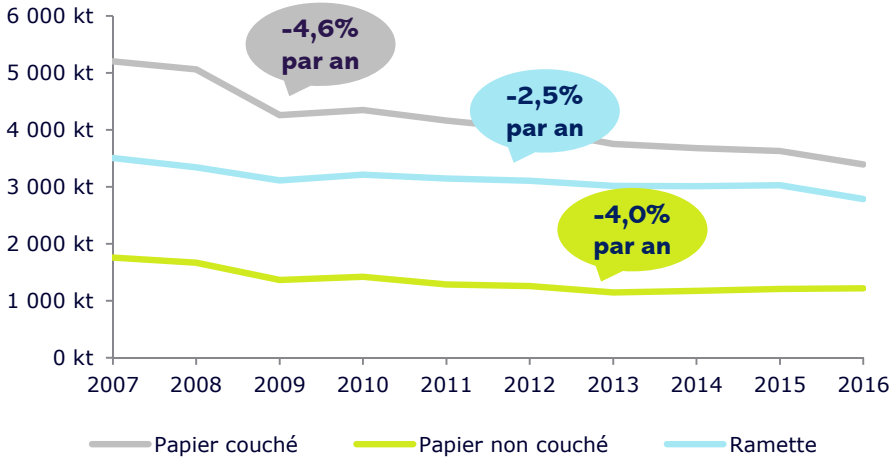
Un marché de la distribution de Papiers difficile mais offrant encore des opportunités

Production en Europe (en volume)

Evolution de production de la papier en Europe (en volume) (1)



Evolution par segments principaux (en volume) (1)



(1) *Source : Eurograph*

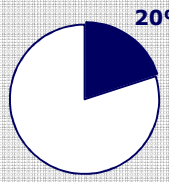
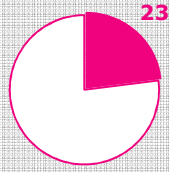
Environnement et tendances de marché

- Le marché européen de la distribution de Papiers (impression et bureau) est d'environ 9 millions de tonnes
- La digitalisation et la dématérialisation croissantes de la communication entrainent une décroissance du marché
- Décroissance moindre du segment papiers de bureau
- 6% de baisse en 2016 en Europe en raison de problèmes géopolitiques et économiques
- Opportunités en impression digitale : croissance en volume estimée à 10% par an

Stratégie d'Antalis

- ✓ **Consolider la position de leader dans le secteur**
  - ✓ **Acquisitions ciblées potentielles sur des marchés stratégiques**
- ✓ **Investir pour enrichir l'offre avec des produits et services à valeur ajoutée**
- ✓ **Proposer une offre complète « one-stop-shop »**
- ✓ **Développer le e-commerce**
- ✓ **Initiatives organiques spécifiques (d2b - Digital to Business, Antalis Creative Power, Antalis Green Connection)**

Une gamme complète de produits et de solutions d'Emballage

Emballage	Principaux produits	Principales marques	Clients	Taille du marché(1) (Europe)	Position sur le marché(1)
Contribution au CA de 2016  **Contribution à la marge brute de 2016** 	• Consommables : calage et remplissage, films, boîtes et palettes, bandes adhésives, papiers et cartons • Machines - Principales utilisations : transport, filmage, systèmes de rétractation, palettisation, cerclage, calage et remplissage, fermeture de boîtes • Produits d'emballage sur-mesure fabriqués par les centres de conception CAD/CAM d'Antalis	MASTERLINE 3M Sealed Air Re-imagine Ranpak Branopac Solutions & Systèmes	• Grandes entreprises industrielles (constructeurs automobiles, électroniques, industrie agroalimentaire) • Sociétés internet / e-commerce • Sociétés de logistique • Imprimeurs (ventes croisées)	**7Mds€** en Europe en 2016 +2/3% de croissance par an	#1 en Europe, avec entre 7% et 8% de parts de marché #1 en Allemagne #2 au Royaume-Uni

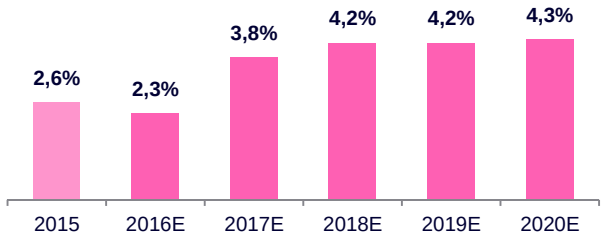
(1)Source: estimations de la Société du marché potentiel de la distribution d'Emballages

Des perpectives favorables sur le marché de l'Emballage

Un marché européen en croissance de 2%-3%, soutenu par de solides fondamentaux

Evolution favorable du PIB et des échanges internationaux

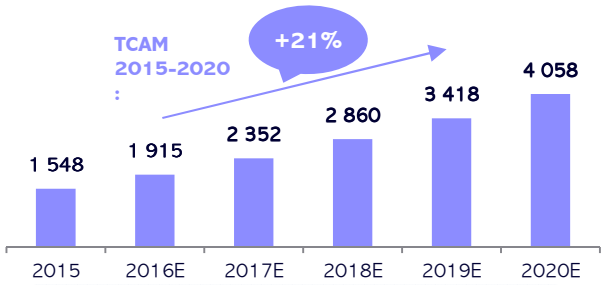
Croissance des volumes mondiaux de biens et services échangés(1)



- ✓ **Demande des clients en produits d'emballage résistant à différentes conditions de transport et de stockage**
- ✓ **Complexification croissante des chaînes d'assemblage** en raison de la délocalisation des unités de production
- ✓ **Demande des clients de solutions logistiques intégrées** permettant d'améliorer leur profitabilité

Accélération mondiale du e-commerce

Evolution des ventes e-commerce mondiales (Mds de $)(2)



- ✓ **Développement en cours des technologies digitales modifiant les relations entre les entreprises**
- ✓ **Conduisant à une pénétration accrue du e-commerce**
- ✓ **Soutenant la demande pour des solutions d'emballage**

Préoccupation environnementale croissante

- ✓ **Accroissement des contraintes règlementaires en termes d'emballage et de gestion des déchets :** empreinte écologique, certifications, "Réduire, Réutiliser et Recycler", politique RSE
- ✓ **Favorise une demande croissante pour les produits d'emballage à base de fibres**

La stratégie d'Antalis

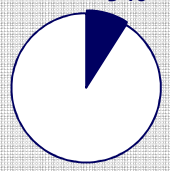
- ✓ **Surperformer le marché en s'appuyant sur 1/ sa force de vente et son organisation commerciale, 2/ sa plateforme logistique de pointe, 3/ son implantation internationale**
- ✓ **Être l'acteur de référence dans la consolidation du secteur par le biais d'acquisitions ciblées, en Europe de l'Est et en Amérique Latine notamment, en tirant profit d'un marché encore fragmenté et de concurrents en majorité composés d'acteurs nationaux**

Sources : (1) FMI au 30/10/2016 (World Economic Outlook), (2) eMarketer au 30/08/2016

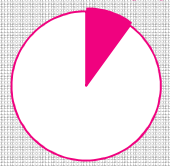
Une offre en Communication Visuelle en croissance, allant des fournitures de bureau aux solutions d'impression

Communication Visuelle

Contribution au CA en 2016



Contribution à la marge brute en 2016



Principaux produits	Marques principales	Clients	Taille du marché(1) (Europe)	Position sur le marché (1)
• Adhésifs, vinyles • Bannières • Supports souples ou rigides, à base de papier/carton • Supports pour impression grand format pour la communication extérieure ou la décoration intérieure (signalétique, mobilier urbain, décors de vitrines, murs, sols, rideaux) • Publicité sur le lieu de vente (PLV) • Encre et machines d'impression grand format	CALA DIBOND FOREX KAPA AVERY PRIPLAK	• Imprimeurs numériques • Imprimeurs grand format • Fabricants de PLV • Fabricants de signalétique • Sérigraphistes	**3Mds €** en Europe en 2016 1% de croissance par an	Top 3 en Europe, avec entre 7% et 8% de parts de marché #1 au Royaume-Uni #2 en Pologne

(1)Source : estimations de la Société du marché potentiel de la distribution de Communication Visuelle, #1 ex-aequo avec Spandex et Vink

Communication Visuelle : transition en cours vers des substrats diversifiés et l'impression numérique

Le marché européen croit de 1% par an avec des sous-segments aux dynamiques différentes

Développement du grand format	*Stratégie Retail*	*Personnalisation*

Croissance estimée du marché de l'impression grand format

+ 2% / 3% — *Europe*

+ 5% — *Monde*

+ 10% — *Amérique Latine*

Promotion des produits en magasin

Fréquence accrue de la rotation des campagnes publicitaires

- ✓ **Demande de publicité, affichages et adhésifs**
- ✓ **Publicité intérieure et extérieure**
- ✓ **Publicité sur bâtiment / bus / véhicules**

- ✓ **Déploiement de stratégies axées sur le client, notamment dans le secteur alimentaire**

- ✓ **Augmentation de la demande de personnalisation, en particulier pour la décoration de bureau et de la maison**

Stratégie d'Antalis

- ✓ **Mener la consolidation du secteur à travers des acquisitions ciblées, en profitant de la forte fragmentation du marché (500 distributeurs indépendants, avec un chiffre d'affaires d'environ 5M€)**
- ✓ **Déploiement de l'offre globale d'Antalis, en capitalisant sur la marque Coala**
- ✓ **Extension de la gamme existante de services proposés**
- ✓ **Investissements sur des marchés prometteurs (signalétique routière, papiers-peints conçus pour la décoration intérieure et magasin)**

(1) Source: estimations de la Société

Les deux canaux de distribution complémentaires d'Antalis, sources de valeur ajoutée

Stock

Approvisionnement	Gestion des stocks & Stockage	Prises de commandes	Transport & livraison	Facturation
Approche des achats optimisée avec un nombre de fournisseurs limité	**Réseau à deux niveaux de qualité comprenant 118 entrepôts gérés pour la plupart par Antalis**	**Une force de vente performante vendant plus de 12 000 références en France et 16 000 au Royaume-Uni**	**Externalisation à des transporteurs leaders ou régionaux**	**Facturation clients par Antalis**
Un pouvoir d'achat maximisé	**Une gestion des stocks optimisée**	**Des équipes de vente dédiées**	**Externalisé**	

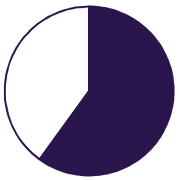
Un modèle de distribution standardisé

- ✓ Une gamme de produits standards permettant une livraison en J+1

Facteurs clés de différenciation

- ✓ Une clientèle diversifiée
- ✓ Un réseau logistique de qualité de portée internationale
- ✓ Un système de livraison efficace
- ✓ Une activité stock supérieure à celle des distributeurs papiers

71%
des ventes (1)



Fabrication

Conseils & prises de commandes	Transport & livraison	Facturation
Une force de vente gérant les demandes spécifiques des grands clients	**Livraison directe du client final pour l'usine du fournisseur**	**La facturation des clients est établie par Antalis**
Une connaissances approfondie des besoins des clients et de l'offre fournisseurs	**Externalisé**	

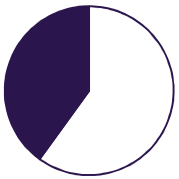
Un modèle dédié

- ✓ Adapté à de larges volumes de produits standardisés ou à des demandes sur-mesure pour des produits personnalisés avec des délais de livraison supérieurs à J+1

Facteurs clés de différenciation

- ✓ Capacités d'approvisionnement
- ✓ Connaissance des clients
- ✓ Expertise en solutions sur mesure

29%
des ventes (1)



Eléments clés

✓ **Les canaux Stock & Fabrication permettent de répondre à un large éventail de besoins clients**

Note : (1) À fin 2016

Principaux atouts concurrentiels d'Antalis

- Un leader européen dans ses secteurs d'activité - Papiers, Emballage et Communication Visuelle - avec une clientèle diversifiée et des marques fortes
- Un acteur majeur de la consolidation du marché européen de la distribution de Papiers
- Une plateforme de croissance attractive avec un potentiel de consolidation dans les secteurs à fortes marges de l'Emballage et de la Communication Visuelle
- Une organisation Vente/Marketing & Logistique centrée sur l'excellence opérationnelle avec une discipline financière permettant d'améliorer progressivement le ROCE
- Un modèle de distribution omnicanal moderne et efficace, focalisé sur les services, donnant une part croissante au e-commerce grâce à une organisation structurée
- Un potentiel d'expansion hors d'Europe à partir de bases solides en Amérique Latine, Asie et Afrique du Sud

Principaux atouts concurrentiels d'Antalis

Un leader européen dans ses secteurs d'activité Papiers, Emballage et Communication **Visuelle avec une clientèle diversifiée et des marques fortes**	• Leader européen de la distribution professionnelle, dont le siège social est à Boulogne-Billancourt (France) • Une marque forte avec Antalis renforcée par une large gamme de marques propres et de marques fabricants • Une assise internationale avec une présence dans 43 pays, une clientèle diversifiée d'environ 130 000 clients
Un acteur majeur de la consolidation du marché européen de la distribution de Papiers	• 18% de part de marché dans la distribution de Papiers en Europe avec une couverture géographique la plus étendue, offrant des économies d'échelle, une offre complète pour les clients européens ainsi que l'accès à un vaste marché pour les fournisseurs • Acquisitions et intégrations réussies d'importants acteurs européens (Map 1,4Mds€ en 2007, Xerox papier de bureau 300M€ en 2013) • Des initiatives stratégiques innovantes dans le secteur du papier offrant des solutions à valeur-ajoutée pour les clients
Une plateforme de croissance attractive avec un potentiel de consolidation dans les secteurs à fortes marges de l'Emballage et de la Communication Visuelle	• Plus de 13 acquisitions ciblées réalisées avec succès au cours des 6 dernières années • Opportunités de développement sur les secteurs à fort potentiel et à marges plus élevées de l'Emballage et de la Communication Visuelle par croissance externe, en particulier sur les zones en croissance • Renforcement du mix d'activités
Une organisation Vente/Marketing & Logistique centrée sur l'excellence opérationnelle avec une discipline financière permettant d'améliorer progressivement le ROCE	• L'approche de vente omnicanal la plus performante, incluant une activité e-commerce en croissance • Un réseau logistique très performant, une gamme de produits et de services unique dans un marché où la taille et l'exécution sont essentielles • Une attention portée à l'excellence opérationnelle grâce à la productivité et la flexibilisation des coûts • Une marge opérationnelle parmi les meilleures dans l'industrie, dans un environnement difficile grâce à la gestion des prix et à la puissance d'achat • Une gestion rigoureuse du besoin en fond de roulement, et un long historique de génération de retour sur capitaux investis
Un modèle de distribution omnicanal moderne et efficace, focalisé sur les services, **donnant une part croissante au e-commerce grâce à une organisation structurée**	• Investissements récurrents dans les e-plateformes, générant un chiffre d'affaires significatif (261M€), combinés à une relation centrée sur le client créant de fortes barrières à l'entrée • Accent mis sur les services marketing et facturation constituant une approche unique dans l'industrie • Des outils et des systèmes d'information de pointe assurant le contrôle des processus et l'efficacité opérationnelle • Une organisation structurée avec une équipe de direction internationale et des stratégies RH et RSE innovantes
Un potentiel d'expansion hors d'Europe à partir de bases solides en Amérique Latine, Asie et Afrique du Sud	• Des activités rentables et en croissance en Amérique Latine en tant que seul distributeur disposant de la plus large couverture géographique; de fortes positions de leader en Afrique du Sud et en Asie • Antalis tire profit de ses marques, de son portefeuille de clients, de ses outils informatiques et de son savoir-faire

Principaux atouts concurrentiels d'Antalis

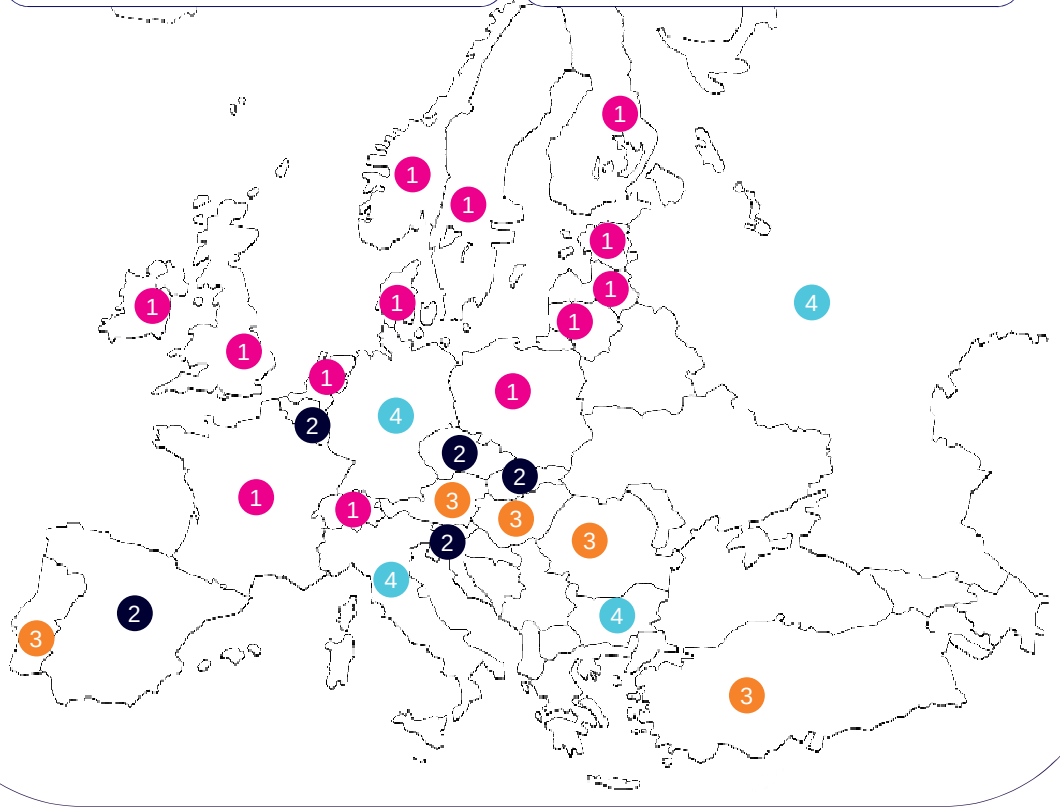
- **Un leader européen dans ses secteurs d'activité - Papiers, Emballage et Communication Visuelle - avec une clientèle diversifiée et des marques fortes**
- Un acteur majeur de la consolidation du marché européen de la distribution de Papiers
- Une plateforme de croissance attractive avec un potentiel de consolidation dans les secteurs à fortes marges de l'Emballage et de la Communication Visuelle
- Une organisation Vente/Marketing & Logistique centrée sur l'excellence opérationnelle avec une discipline financière permettant d'améliorer de manière progressive le ROCE
- Un modèle de distribution omnicanal moderne et efficace, focalisé sur les services, donnant une part croissante au e-commerce grâce à une organisation structurée
- Un potentiel d'expansion hors d'Europe à partir de bases solides en Amérique Latine, Asie et Afrique du Sud

Un leader européen dans ses trois secteurs d'activité : Papiers, Emballage, Communication Visuelle

Papiers

18% de parts de marché en Europe(1)

#1 / #2 dans 18 pays Implantation européenne la plus large



Emballages

- ✓ **#1 en Europe(1)**
- ✓ **7% - 8% de parts de marché(1)**
- ✓ **Présence dans 27 pays, dont 5 hors d'Europe (Chili, Pérou, Bolivie, Brésil, Afrique du Sud)**

Communication Visuelle

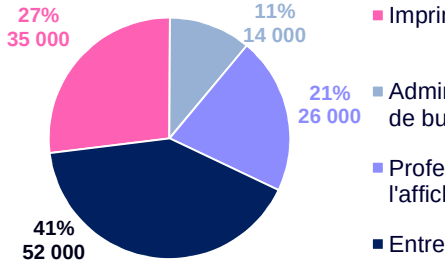
- ✓ **L'un des 3 premiers distributeurs en Europe(1)**
- ✓ **7% - 8% de parts de marché(1)**
- ✓ **Présence dans 26 pays, dont 3 hors d'Europe (Chili, Brésil, Afrique du Sud)**

Source : (1) Estimations de la Société

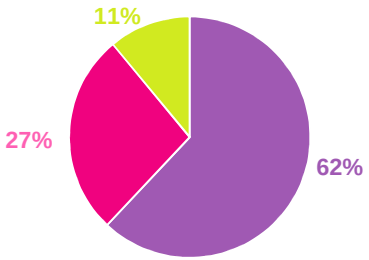
Un portefeuille de clients diversifié et de qualité

Une base diversifiée d'environ 130 000 clients

Répartition des clients par type au sein du portefeuille(1)



Répartition du nombre de clients par secteur d'activités(1)



Une satisfaction client élevée

Satisfaction client

8,1 /10

Moyenne de la satisfaction clients (3)

Fiabilité des livraisons

8,3 /10

Moyenne de la satisfaction client pour la fiabilité des livraisons, la conformité de la commande, et le bon état des produits

Eléments clés

- ✓ **Un portefeuille clients diversifié d'environ 130 000 clients**
- ✓ **Un faible niveau de risque : aucun client ne représente plus de 1,2% du CA**
- ✓ **Des niveaux de confiance et de satisfaction clients élevés**
- ✓ **Une offre unique pour les clients internationaux**

Sources: (1) Société, données 2016, (2) Petites et Moyennes Entreprises (« PME »), (3) Etude indépendante réalisée en 2015 couvrant 20 pays et portant sur l'ensemble des activités d'Antalis

Principaux atouts concurrentiels d'Antalis

- Un leader européen dans ses secteurs d'activité - Papiers, Emballage et Communication Visuelle - avec une clientèle diversifiée et des marques fortes
- **Un acteur majeur de la consolidation du marché européen de la distribution de Papiers**
- Une plateforme de croissance attractive avec un potentiel de consolidation dans les secteurs à fortes marges de l'Emballage et de la Communication Visuelle
- Une organisation Vente/Marketing & Logistique éprouvée tournée vers l'excellence opérationnelle avec une discipline financière permettant d'améliorer de manière progressive le ROCE
- Un modèle de distribution omnicanal moderne et efficace, focalisé sur les services, donnant une part croissante au e-commerce grâce à une organisation structurée
- Un potentiel d'expansion hors d'Europe à partir de bases solides en Amérique Latine, Asie et Afrique du Sud

Un acteur majeur de la consolidation du marché de la distribution de Papiers en Europe

Consolidation

- Exposition mondiale et positionnement concurrentiel assurant à Antalis un rôle de premier plan dans le processus de consolidation du secteur de la distribution de Papiers en Europe et des atouts majeurs pour saisir les opportunités de restructuration du marché
- Savoir-faire reconnu dans l'intégration d'acquisitions de grandes entreprises durant les 10 dernières années
- Optimisation constante de la performance opérationnelle via l'homogénéisation des systèmes informatiques, la rationalisation de la chaîne d'approvisionnements, la gestion des prix, le pouvoir d'achats et les synergies

Acquisitions d'Antalis

Société (CA en M€)

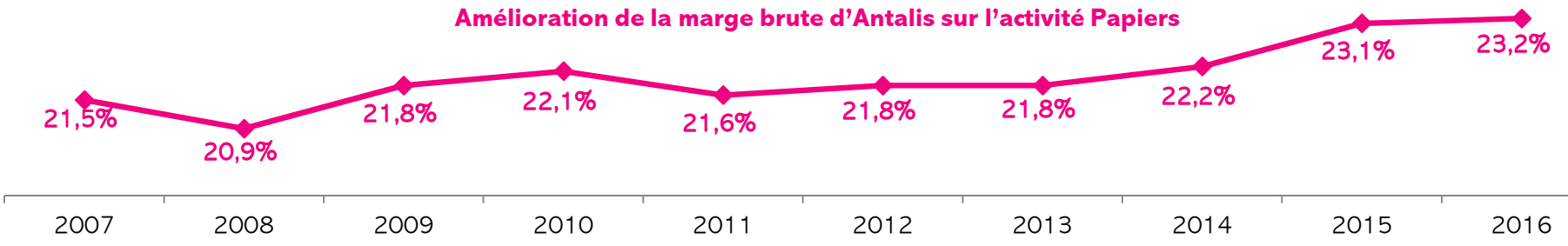
- 2007 : Map Merchant (1 400M€)
- 2013 : Xerox Document Supplies Europe business (300M€)
- 2015 : Swan Paper (13M€)

Evolutions de marché

Les transactions récentes confirment la tendance de consolidation en cours

- 2013 : Disparition de PaperlinX Europe
- 2015 : Berberich acquiert Igepa Autriche
- 2015 : Cession croisée entre Papyrus et Inapa de leurs activités en France et en Suisse

Marge brute de la division Papiers



Des initiatives de croissance organique uniques dans le secteur Papiers

d2b DIGITAL TO BUSINESS

- Antalis a pour objectif d'accompagner ses clients, confrontés aux nombreux défis du marché **en constante évolution** de l'impression numérique, en les aidant à exploiter les innovations industrielles et à saisir les opportunités commerciales
- Renforcement de la coopération entre fabricants de presse numérique, imprimeurs, agences et annonceurs

antalis Creative Power

- Offre **d'un large choix de papiers de création aux designers, professionnels de la communication et du marketing, utilisateurs finaux et imprimeurs**
- Combinaison d'une large offre de produits (plus de 2 000 références de papiers de création) et de services associés (consultants en supports d'impression, showroom, échantillons, événements)

antalis Green Connection

- Gamme complète de services (conseil, formation…) et d'outils (calculateur environnemental, échantillons, brochures)
- Offre de produits éco-responsables
- Code de conduite fournisseur assurant un approvisionnement responsable

GREEN STAR SYSTEM®

Principaux atouts concurrentiels d'Antalis

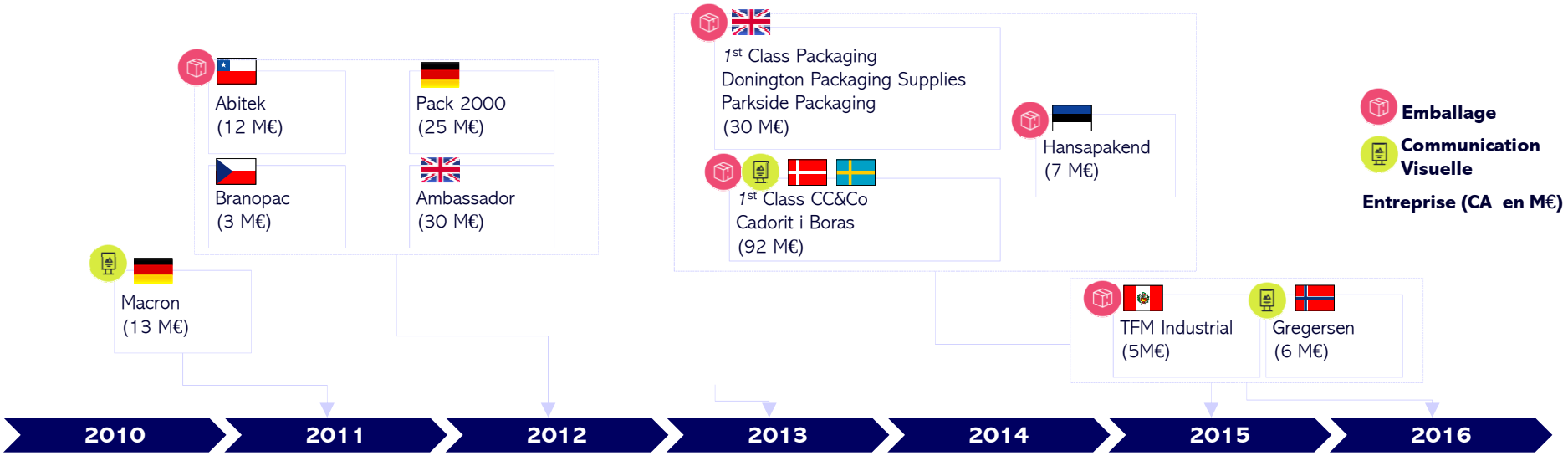
- Un leader européen dans ses secteurs d'activité - Papiers, Emballage et Communication Visuelle - avec une clientèle diversifiée et des marques fortes
- Un acteur majeur de la consolidation du marché européen de la distribution de Papiers
- **Une plateforme de croissance attractive avec un potentiel de consolidation dans les secteurs à fortes marges de l'Emballage et de la Communication Visuelle**
- Une organisation Vente/Marketing & Logistique centrée sur l'excellence opérationnelle avec une discipline financière permettant d'améliorer de manière progressive le ROCE
- Un modèle de distribution omnicanal moderne et efficace, focalisé sur les services, donnant une part croissante au e-commerce grâce à une organisation structurée
- Un potentiel d'expansion hors d'Europe à partir de bases solides en Amérique Latine, Asie et Afrique du Sud

Une Transformation réussie de son portefeuille d'activités

Transformation

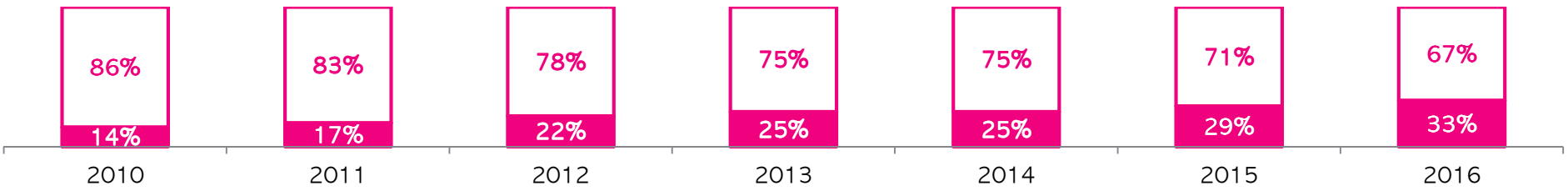
- Transition réussie d'un positionnement spécialisé dans la distribution de Papiers vers des activités à plus fortes croissance et marges : Emballage et Communication Visuelle
- 13 acquisitions réalisées avec succès sur les 6 dernières années
- Fort développement des activités Emballage et Communication Visuelle en capitalisant sur la plateforme rentable d'Antalis (réseaux logistiques, architecture IT, portefeuille de clients)

Historique des acquisitions d'Antalis



Contribution à la marge brute

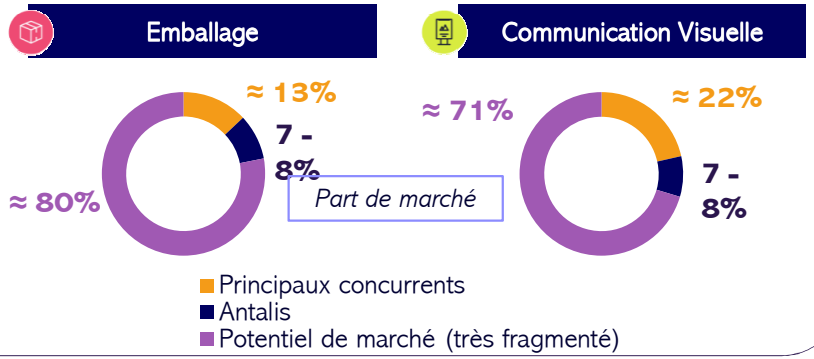
Contribution des activités Emballages et Communication Visuelle à la marge brute d'Antalis



Antalis, un acteur en première ligne pour saisir de nouvelles opportunités de croissance externe

STRATEGIE

- ✓ **Consolider les marchés fragmentés**
- ✓ **Augmenter la taille critique dans des zones géographiques ciblées**
- ✓ **Accélérer le changement du mix d'activités vers des activités à plus forte marge**



CRITERE

- ✓ **Processus d'acquisition structuré basé sur un ensemble de critères opérationnels et financiers stricts et exhaustifs**
  1. **Opérationnel : portefeuille produits et clients, savoir-faire industriel, fournisseurs, employés**
  2. **Financier : ventes, potentiel de gain sur le fond de roulement, endettement, ROCE, flux de trésorerie, multiple d'EBITDA et synergies**

SAVOIR-FAIRE

- ✓ **Une équipe de M&A expérimentée au siège, soutenue par une présence et des compétences locales**
- ✓ **Connaissance approfondie de l'environnement concurrentiel permettant un ciblage efficace**
- ✓ **Capitalisation sur les processus et systèmes IT de pointe d'Antalis pour assurer un processus d'intégration fluide**

Eléments clés

- ✓ **Savoir-faire reconnu en matière d'acquisitions avec des équipes expérimentées et un historique exceptionnel d'acquisitions réussies et créatrices de valeur**
- ✓ **Antalis est un acteur naturel de la consolidation en Europe sur des marchés offrant de nombreuses opportunités**
- ✓ **L'historique des acquisitions passées souligne l'impact relutif de ses opérations sur les marges**

Source : Estimations de la Société

Principaux atouts concurrentiels d'Antalis

- Un leader européen dans ses secteurs d'activité - Papiers, Emballage et Communication Visuelle - avec une clientèle diversifiée et des marques fortes
- Un acteur majeur de la consolidation du marché européen de la distribution de Papiers
- Une plateforme de croissance attractive avec un potentiel de consolidation dans les secteurs à fortes marges de l'Emballage et de la Communication Visuelle
- **Une organisation Vente/Marketing & Logistique centrée sur l'excellence opérationnelle avec une discipline financière permettant d'améliorer progressivement le ROCE**
- Un modèle de distribution omnicanal moderne et efficace, focalisé sur les services, donnant une part croissante au e-commerce grâce à une organisation structurée
- Un potentiel d'expansion hors d'Europe à partir de bases solides en Amérique Latine, Asie et Afrique du Sud

Une organisation Vente & Marketing omnicanal à forte valeur ajoutée

Commerciaux terrain

- ✓ 860 employés
- ✓ Dédiés aux grands et moyens comptes, en charge d'une zone géographique spécifique

Conseillers de vente au téléphone

- ✓ 860 employés
- ✓ Conseillent les clients, gèrent directement les prises de commande et les tâches administratives afférentes
- ✓ Situés dans des centres d'appels

Télévendeurs

- ✓ 140 employés
- ✓ Gèrent les comptes de petite taille, assurent également la prospection commerciale

Consultants en supports d'impression

- ✓ 90 employés
- ✓ Consultants terrain auprès des agences de communication et des annonceurs

Techniciens après vente

- ✓ 130 employés
- ✓ Assurent le support après vente pour la réparation et la maintenance des machines + la gestion des réclamations

Catalogue de produits

- ✓ Un catalogue unique en termes de nombre de références pour les Papiers, l'Emballage, et la Communication Visuelle
  - – Papiers : 12 000 références disponibles pour les clients français et 16 000 pour les britanniques
  - – Catalogue adapté à chaque pays et traduit dans plus de 40 langues

Catalogue de services

- ✓ Un catalogue de services formalisant l'offre unique d'Antalis
  - – Jusqu'à 70 services offerts dans les plus grands pays…
  - – … couvrant des besoins très variés (networking, personnalisation, logistique à valeur ajouté…) adapté à chaque pays

Showroom

- ✓ Plusieurs showrooms dans le monde
- ✓ Ouverture récente d'un flagship à Paris (septembre 2016)
  - – Mise à la disposition des professionnels de la dernière génération de presses numériques grâce aux partenariats d'Antalis avec Xerox et Roland

Eléments clés

- ✓ Des forces de vente dédiées pour chacun des secteurs d'activité assurant une couverture commerciale efficace
- ✓ Tarification client et suivi de la profitabilité grâce à l'utilisation d'outils IT spécifiques

Une plateforme logistique de pointe

Réseau logistique mondial de 118 entrepôts (620 000 mètres carrés au total)

118 CENTRES DE DISTRIBUTION

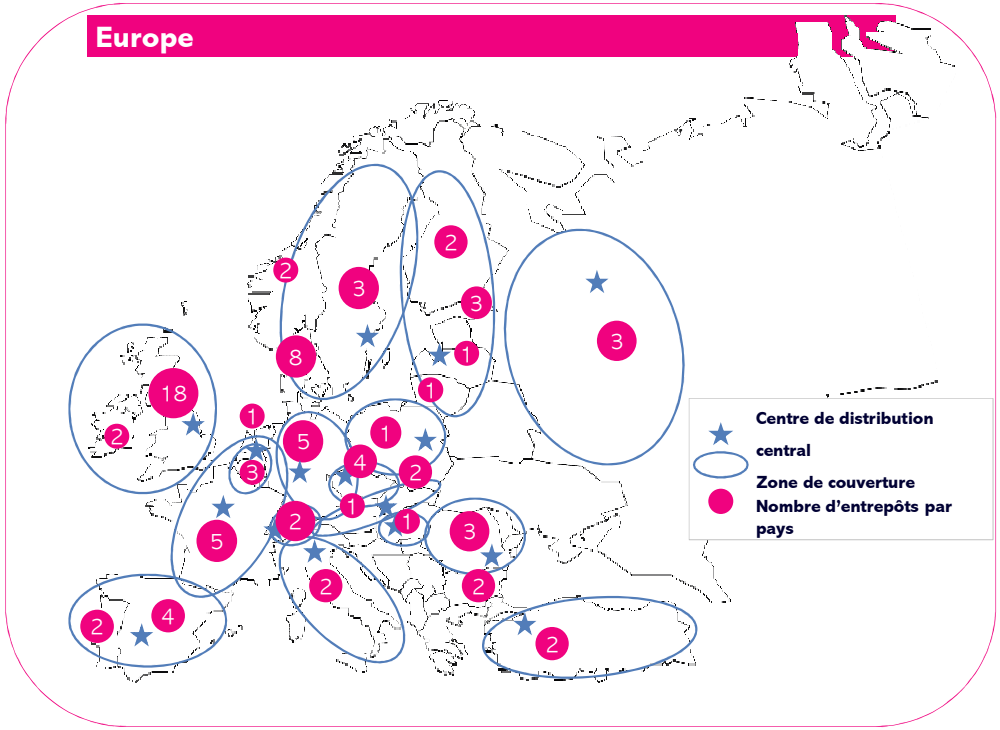
235M€ (1) DE STOCKS

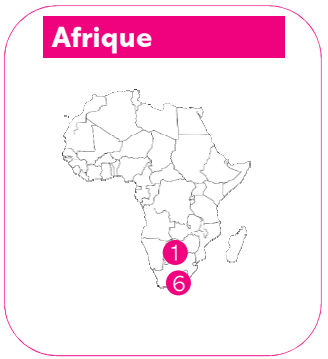
14 000 LIVRAISONS

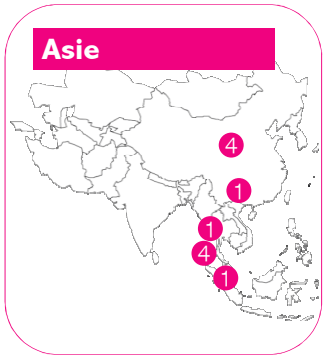
PAR JOUR DANS LE MONDE

LIVRAISON J+1

AVANT MIDI
LA PLUPART DU TEMPS







Réseau rationnalisé

- ✓ **1 centre de distribution central par pays (jusqu'à 42 000m²), généralement loué et exploité par Antalis**
- ✓ **Centres de distribution régionaux de taille inférieure dans les grands pays : principalement sous-traités (10 pays), stocks limités, service de livraison rapide grâce à la proximité des clients**

Transport sous-traité

- ✓ **Principalement sous-traité à des entreprises de transport locales**
- ✓ **Permet de bénéficier d'un réseau d'entreprises spécialisées en transport dans les plus grands pays**

Infrastructure IT performante

- ✓ **Infrastructure agile assurant la productivité et une organisation efficace de l'entrepôt et du transport**
- ✓ **Gestion fluide des commandes**
- ✓ **Gestion efficace des entrepôts (« WMS ») et des transports (« TMS »)**
- ✓ **Suivi régulier des taux d'erreurs**

Note: (1) 2016 moyenne

Une politique d'achats efficace

Achats : stratégie et initiatives

1 Partenariats stratégiques avec des fournisseurs internationaux…

- *Négociations de remises annuelles en fonction d'objectifs de volumes et de chiffre d'affaires*
- *Optimisation des conditions d'achats au niveau du groupe*

2 … avec de forts points de contacts

- *Négociations de conditions d'achats spécifiques par les filiales d'Antalis*
- *Flexibilité pour réagir rapidement à la dynamique des marchés locaux*

3 Diversification de la base fournisseurs

- *Les 11 fournisseurs les plus importants représentent 54% du total des achats en valeur en 2016*

4 Accent sur le contrôle de la chaine d'approvisionnement et traçabilité via la plateforme en ligne Antrak

- *213 fournisseurs enregistrés garantissant un contrôle constant de la conformité des produits et des sites de fabrication aux normes réglementaires*

Stratégie d'achats par secteur d'activité

Papiers

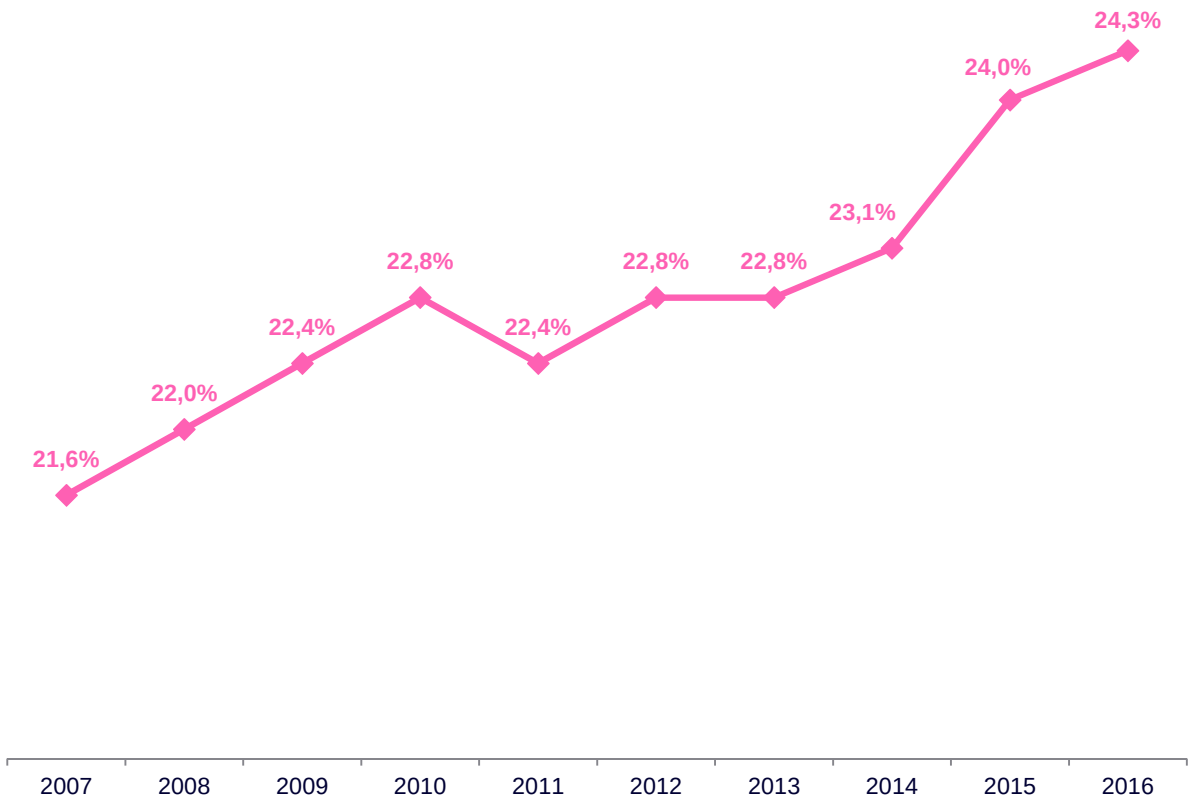
- ***Centralisation de l'approvisionnement** en papier autour d'un nombre limité de fournisseurs*
- *Stratégie mise en oeuvre par **l'équipe achats du Groupe en relation avec les directeurs d'achats régionaux***
- *Relations étroites avec les fournisseurs permettant de bénéficier d'un approvisionnement rapide et réactif*

Emballage et Communication Visuelle

- ***Rationalisation continue du portefeuille de fournisseurs afin qu'il soit moins fragmenté***
- *Stratégie d'approvisionnement et relations avec les fournisseurs stratégiques **gérées par une équipe dédiée au niveau Groupe***

Amélioration constante de la marge brute

Evolution de la marge brute depuis 2007(1)



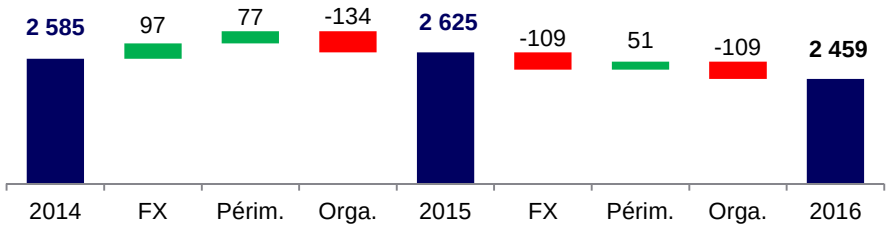
✓ **Gain de 270 points de base depuis 2007**

- **Effet mix : contribution croissante des activités Emballages et Communication Visuelle**
- **Gestion active de la politique de prix**
- **Responsables prix dédiés dans tous les pays**
- **Evolution du mix au sein de chacun des secteurs d'activité**
- **Optimisation des conditions d'achats**

Note : (1) Marge brute = (Chiffre d'affaires – Coût des ventes – (Remises et escomptes fournisseurs) / Chiffre d'affaires

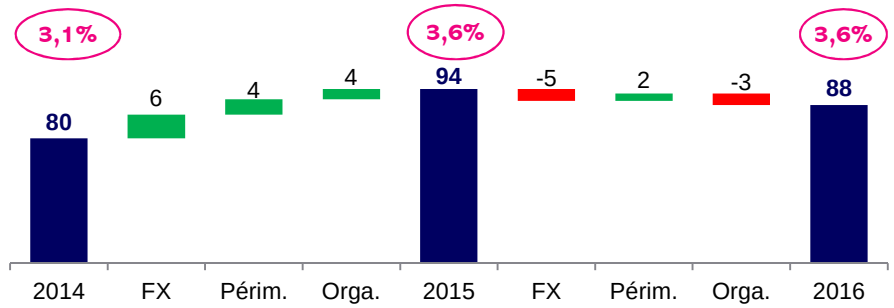
Un Profil financier résilient

Chiffre d'affaires (M€)



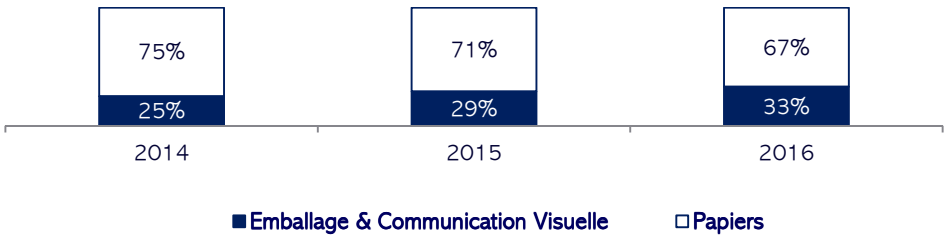
- ✓ **Le chiffre d'affaires 2016 a été impacté par l'évolution défavorable des taux de change (principalement au Royaume-Uni) et par la baisse des volumes Papiers**
- ✓ **Bonne performance des activités Emballage, Communication Visuelle et impact positif de la politique de croissance externe**

EBITDA (M€) et marge



- ✓ **Amélioration de la marge depuis 2014 grâce à des initiatives opérationnelles d'Antalis et à la contribution accrue des activités Emballage et Communication Visuelle**
- ✓ **EBITDA 2016 proche de celui de 2015 hors impact des taux de change**

Evolution de la contribution de la marge brute

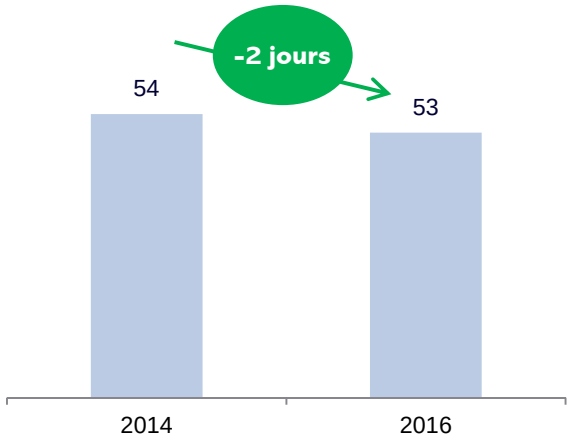


- ✓ **Marge du groupe de plus en plus soutenue par l'Emballage et la Communication Visuelle, deux activités bien orientées**

% **EBITDA en % des ventes**

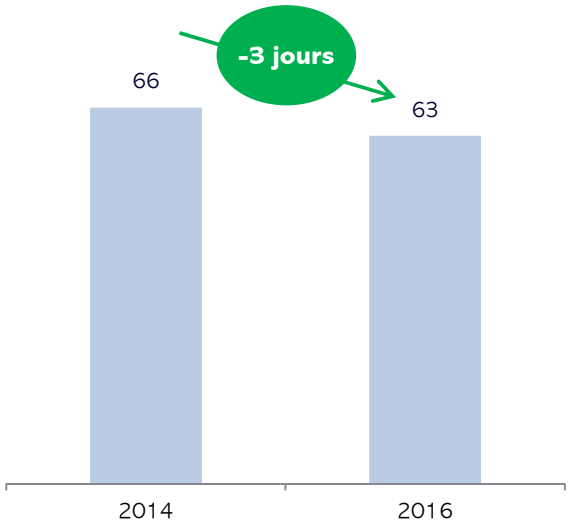
Une gestion active du besoin en fonds de roulement

Créances clients (1)



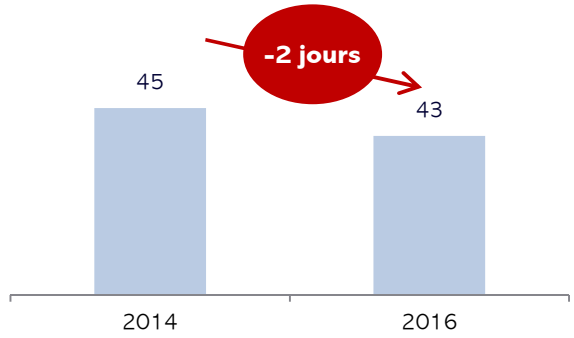
- ✓ **Suivi actif du risque de crédit**
- ✓ **Mise en place de programmes d'affacturage**

Stocks (1)



- ✓ **Gestion des stocks efficace grâce aux méthodes communes et à l'optimisation des entrepôts**

Dettes fournisseurs (1)

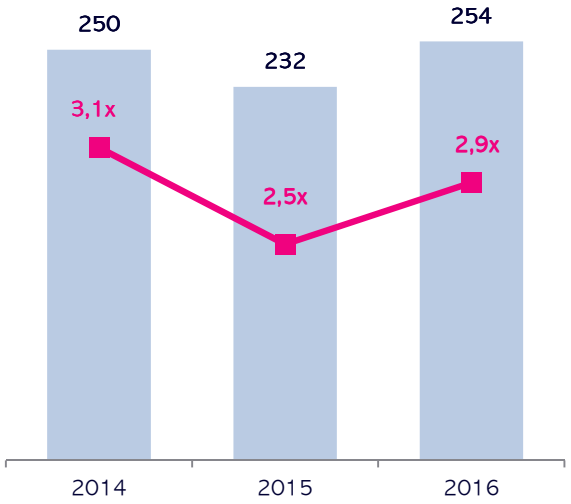


- ✓ **Optimisation des escomptes fournisseurs**

(1) Calculs effectués sur la base de la moyenne mensuelle au cours de l'année

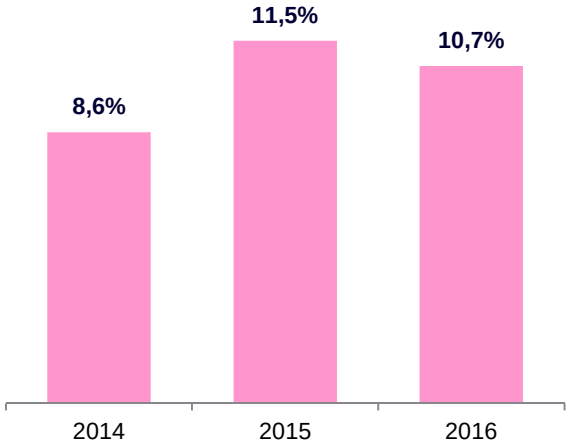
Une création de valeur solide et un endettement contrôlé

Endettement net (M€) et levier financier(1)



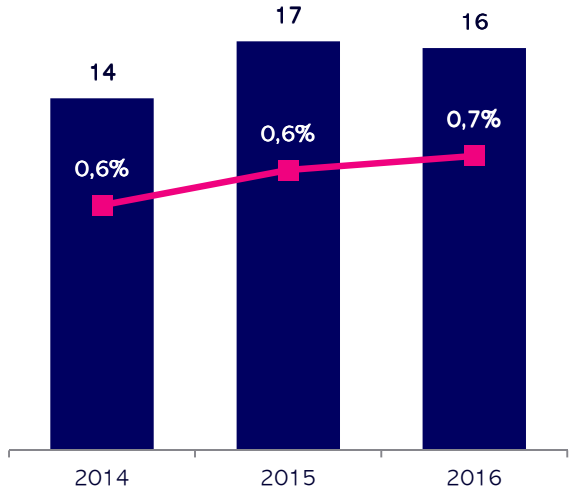
- ✓ **Contrôle strict du niveau d'endettement malgré l'impact des charges de restructuration sur les flux de trésorerie**

Evolution du ROCE(2)



- ✓ **Allocation efficace du capital sur les 3 derniers exercices**

Investissement (M€ / % des ventes)



- ✓ **Maîtrise des dépenses d'investissement**

(1) Ratio financier : dette nette en fin d'année / EBITDA (2) EBIT après impôt normatif / capitaux employés en fin d'année

Principaux atouts concurrentiels d'Antalis

- Un leader européen dans ses secteurs d'activité - Papiers, Emballage et Communication Visuelle - avec une clientèle diversifiée et des marques fortes
- Un acteur majeur de la consolidation du marché européen de la distribution de Papiers
- Une plateforme de croissance attractive avec un potentiel de consolidation dans les secteurs à fortes marges de l'Emballage et de la Communication Visuelle
- Une organisation Vente/Marketing & Logistique centrée sur l'excellence opérationnelle avec une discipline financière permettant d'améliorer de manière progressive le ROCE
- **Un modèle de distribution omnicanal moderne et efficace, focalisé sur les services, donnant une part croissante au e-commerce grâce à une organisation structurée**
- Un potentiel d'expansion hors d'Europe à partir de bases solides en Amérique Latine, Asie et Afrique du Sud

Des systèmes d'information performants

Planification des ressources de l'entreprise (« ERP »)

- **Rationalisation en cours** des ERP d'Antalis vers SAP et Navision
- **Standardisation et harmonisation** des process de back-office

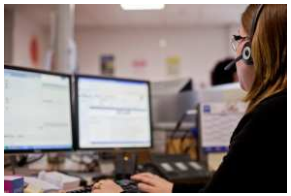
# d'ERP	2007	2016	2018	2022
	16	7	5	3

Gestion de la relation client

- Déploiement du **CRM Pivotal** dans 23 pays
- **Nouveaux services digitaux** visant à améliorer la satisfaction client
- **Systèmes de téléphonie ACD intégrés**
- **Plateforme e-commerce unique**
- **Présence et développement sur les réseaux sociaux**

Plateforme d'information centralisée

- **Optimisation des coûts de développement et de maintenance grâce à une plateforme informatique centralisée**
- Développement de l'**EDI** (Electronic Data Interchange) avec les clients et les fournisseurs



Logistique & Achats

- **Amélioration de la performance grâce à des solutions logicielles performantes** :
  - Logiciels de gestion des entrepôts
  - Logiciels de gestion des transports
  - Outils de planification et de prévision

Ressources Humaines

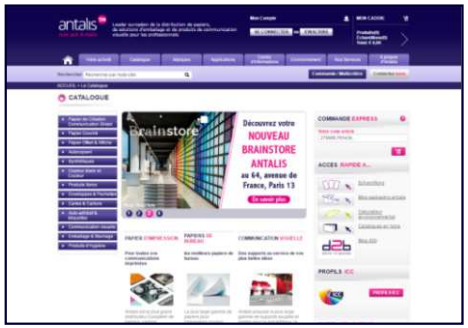
- **Weconnect, Intranet / plateforme collaborative** regroupant :
  - La gestion des compétences et des performances
  - La gestion des talents
  - Une plateforme e-learning intégrée
  - Un réseau social interne

Eléments clés et stratégie

- ✓ **Déploiement des principales applications dans l'ensemble des entités d'Antalis**
- ✓ **Standardisation des processus internes, facteur de synergies et d'économies d'échelle**
- ✓ **Accélération du processus d'automatisation**

Activité E-commerce en forte croissance

Une plateforme e-commerce innovante…



Une offre exhaustive
Un catalogue en ligne complet, répertoriant l'ensemble des articles en stock commercialisés par Antalis

Un accès simplifié
Accès au catalogue d'Antalis 24/7 pour l'ensemble des produits Papiers, Emballage et Communication visuelle

Une ergonomie unique
Une plateforme facile d'utilisation adaptée à un large panel d'utilisateurs, avec des conditions d'achat pré-enregistrées et personnalisées par client

Une portée internationale
Même plateforme disponible dans 30 pays, avec des contenus spécialisés et traduits, adaptés aux demandes locales

… au cœur de la stratégie d'Antalis

27%
de pénétration e-commerce en 2016(1)

261 M€
de chiffre d'affaires en 2016

400 M€
de chiffre d'affaires en 2020

- ✓ **Augmentation régulière de 2 à 3 points du taux de e-pénétration au cours des dernières années**
- ✓ **Amélioration continue du site internet pour renforcer son ergonomie (parcours clients, fonctionnalités pour les promotions)**
- ✓ **Chiffre d'affaires e-commerce devrait passer de 261 M€ à 400 M€ d'ici 2020**

(1) Nombre de lignes de commande électronique sur le nombre total de ligne de commandes

Une offre de service novatrice unique d'Antalis

Offre structurée de services dans tous les secteurs d'activité

- ✓ Offre « one-stop-shop »
- ✓ Catalogues spécialisés (papier et en ligne)
- ✓ Avantage compétitif par rapport aux concurrents
- ✓ Favorise la fidélisation des clients
- ✓ Effet relutif sur les marges

Networking

- ✓ Salons professionnels
- ✓ Evénements Antalis
- ✓ Séminaires

Assistance produit

- ✓ Conseillers Papiers
- ✓ Showrooms
- ✓ Echantillons

Impression & Vis. Com. Expertise & Conseils

- ✓ Formation
- ✓ Séminaires pratiques
- ✓ Consultations techniques

Expertise Emballage

- ✓ Essais
- ✓ Laboratoires internes
- ✓ Conception
- ✓ Personnalisation

Développement durable

- ✓ Bénéfice environnemental
- ✓ Formations
- ✓ Conseil en RSE

Partenaire en ligne

- ✓ Liste de prix
- ✓ Commandes en ligne
- ✓ Disponibilité du stock
- ✓ Facturation électronique
- ✓ Réseaux sociaux

Personnalisation produit

- ✓ Coupe
- ✓ Perforation
- ✓ Reconditionnement
- ✓ Etiquetage

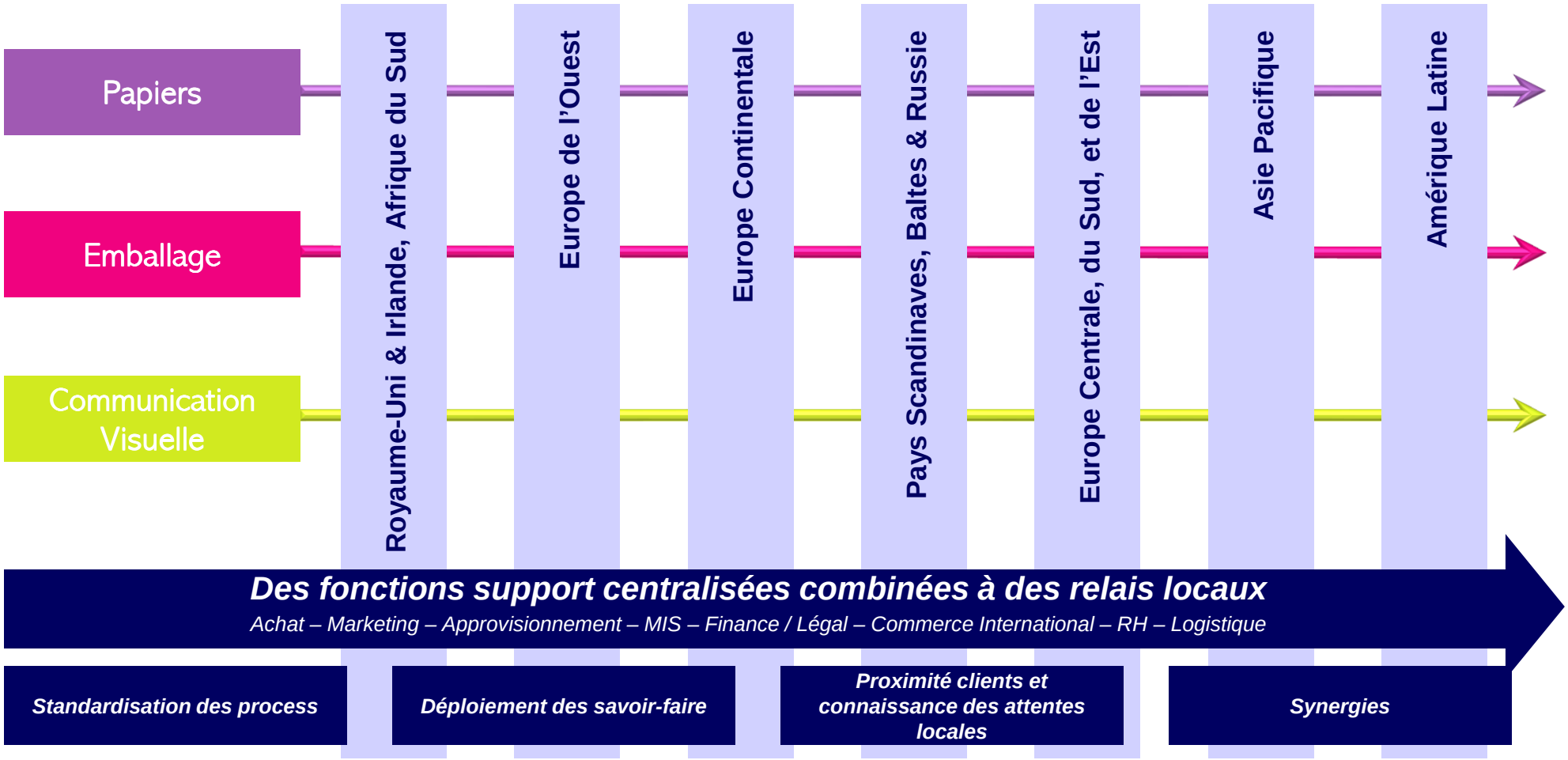
Logistique de pointe

- ✓ Livraison à un horaire spécifique
- ✓ Services pratiques et flexibles
- ✓ Easytruck

Service clients

- ✓ Hotline
- ✓ Garantie de remboursement
- ✓ Conseils techniques
- ✓ Maintenance des machines

Une organisation efficace combinant pilotage centralisé et initiatives locales



Eléments clés

- ✓ **Fonctions support centrales pilotant la stratégie, développant des outils communs et soutenant les opérations**
- ✓ **Appuyées par des équipes opérationnelles dans les régions en charge des opérations**

Une équipe dirigeante internationale et expérimentée

- ✓ Une équipe dirigeante expérimentée et engagée, disposant d'une expertise industrielle et BtoB qui a conduit avec succès la transformation d'Antalis
- ✓ Focus sur l'atteinte d'objectifs qualitatifs et quantitatifs (compte de résultat, BFR)

Une équipe dirigeante expérimentée composée de :

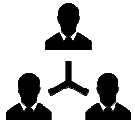
Directeurs exécutifs et fonctionnels au siège

- Directeur Financier
- Directeur Marketing et Achats
- Directeur des Systèmes d'Informations
- Directeur des Ressources Humaines
- Secrétaire Général

Directeurs régionaux

- ✓ Culture Internationale : 8 nationalités

Une politique pionnière en RSE



GOUVERNANCE

1 Stratégie RSE

Renforcer l'intégration de la RSE au coeur des métiers : objectifs chiffrés, réseau, indicateurs, reporting

8 leaders RSE
Un par région

2 Ethique des affaires

Garantir que l'activité du groupe s'opère en ligne avec le code de conduite partout dans le monde

Objectif 2020 : 100% des populations à risque formées

RESSOURCES NATURELLES

3 Traçabilité

Garantir le contrôle de la chaîne d'approvisionnement pour identifier et gérer les risques

Objectif 2020 : 85% du volume d'achats tracé et responsable

4 Energie et Eau

Objectif 2020 : 90% du transport mesuré

RESSOURCES HUMAINES

5 Sécurité des salariés

Garantir un environnement de travail sain et sécurisé, vers zéro accident ou maladie professionnelle

Objectif 2020 : IF* = 7 (-30% vs. 2015)

6 Apprentissage

Formation permanente et création d'emplois à travers l'apprentissage

Objectif 2020 : 80% des employés formés chaque année

OFFRE PRODUIT

7 Des produits écoresponsables

Développer la demande et proposer une offre de produits écoresponsables (Papiers, Communication Visuelle, Emballage…)

En 2016, 74% de produits eco-responsables** et 4,3% du CA réalisés avec des papiers recyclés

Eléments clés

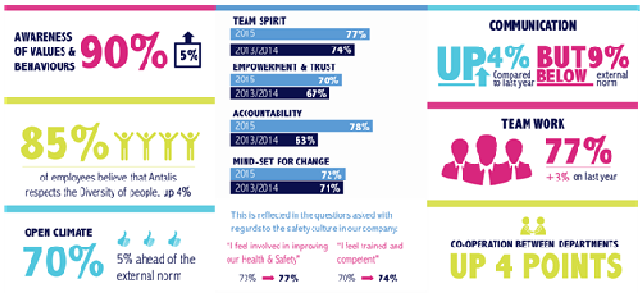
- ✓ **RSE au coeur du modèle économique d'Antalis**
- ✓ **Basé sur le référentiel ISO 26000**
- ✓ **Feuille de route claire pour 2016-2020**

*Note: * Indice de fréquence des accidents avec arrêt ; **Définition Green Star System™*

Une gestion des ressources humaines innovante

Valeurs et Attitudes

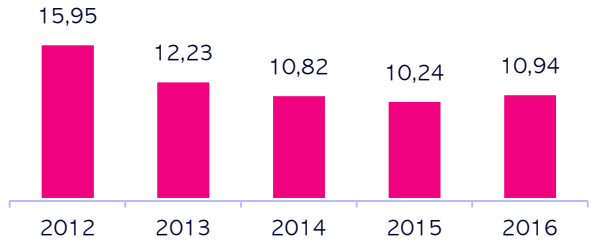
Un ensemble de valeurs fortes et claires favorisant avec succès une organisation positive et performante



Santé et Sécurité

Priorité à la santé et la sécurité avec une feuille de route claire et une stratégie intégrée à la RSE

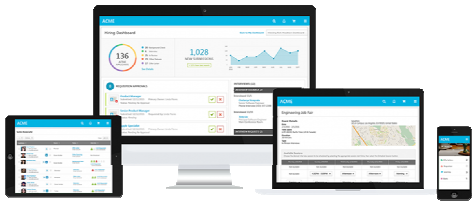
Indice de fréquence [1]



MANAGEMENT COMMITMENT	COMMUNICATION & EMPLOYEE ENGAGEMENT
INFLUENCING SAFE BEHAVIOUR	OPERATIONAL EXCELLENCE

Une plateforme mondiale pour les collaborateurs

Système intégré comprenant la gestion de talents, le e-learning, le recrutement, la gestion des performances, la rémunération et la communication

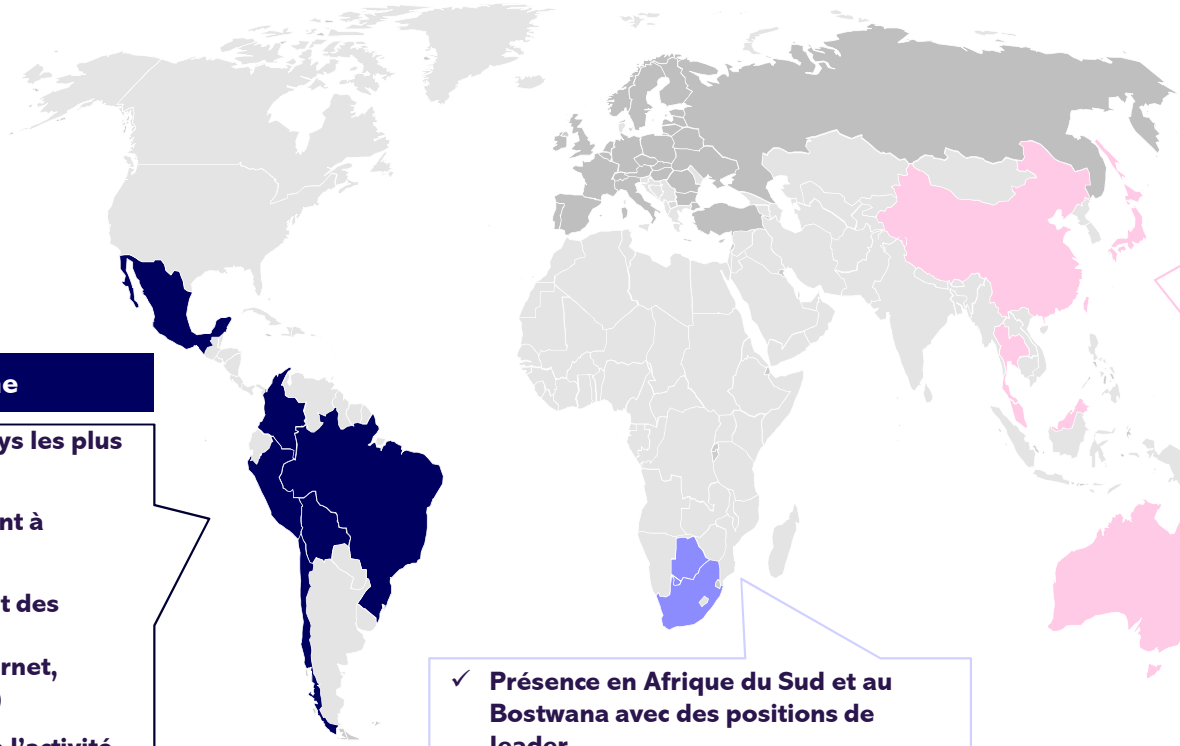


[1] *Indice de fréquence = nombre d'accidents avec arrêt / nombre de salariés et intérimaires temps plein x 1 000*

Principaux atouts concurrentiels d'Antalis

- Un leader européen dans ses secteurs d'activité - Papiers, Emballage et Communication Visuelle - avec une clientèle diversifiée et des marques fortes
- Un acteur majeur de la consolidation du marché européen de la distribution de Papiers
- Une plateforme de croissance attractive avec un potentiel de consolidation dans les secteurs à fortes marges de l'Emballage et de la Communication Visuelle
- Une organisation Vente/Marketing & Logistique centrée sur l'excellence opérationnelle avec une discipline financière permettant d'améliorer de manière progressive le ROCE
- Un modèle de distribution omnicanal moderne et efficace, focalisé sur les services, donnant une part croissante au e-commerce grâce à une organisation structurée
- **Un potentiel d'expansion hors d'Europe à partir de bases solides en Amérique Latine, Asie et Afrique du Sud**

Un potentiel d'expansion à l'international



Amérique Latine

- ✓ **Présence dans les 6 pays les plus importants**
- ✓ **Seul distributeur présent à travers le continent**
- ✓ **Permet l'amortissement des investissements (outils informatiques, site internet, portefeuille produit,…)**
- ✓ **Fort développement de l'activité Emballage**
- ✓ **Distribution de Papiers incluant les produits pour le pré-presse et la Communication Visuelle**

Asie Pacifique

- ✓ **Présence en tant que distributeur à part entière dans 7 pays, avec un réseau de revente dans de nombreux pays**
- ✓ **Concentration sur la distribution de Papiers à valeur ajoutée**

Afrique Australe

- ✓ **Présence en Afrique du Sud et au Bostwana avec des positions de leader**
- ✓ **Distribution de Papiers incluant les produits pour le pré-presse et la Communication Visuelle**

Eléments clés

- ✓ **Marge d'EBITDA à 4,4% en 2016 pour la zone Reste du Monde**
- ✓ **Avec une présence directe dans 43 pays sur 5 continents, Antalis International est en position de force pour déployer son offre partout dans le monde et étendre sa couverture géographique en capitalisant sur ses bases**
- ✓ **Une capacité unique à servir ses clients dans le monde**

Guidance d'Antalis

Perspectives

Prévisions 2017

Tendances de marché	▪ **Un marché du Papier toujours en baisse de -3/-4%** ▪ **Un marché de l'Emballage en croissance d'environ +2%** ▪ **Un marché de la Communication Visuelle en légère croissance** ▪ **Léger effet inflationniste sur le coût des produits et leurs prix de vente** ▪ **Impacts du Brexit et environnement politique incertain**
Chiffre d'affaires	▪ **En léger recul par rapport à celui réalisé au titre de l'exercice 2016**[1]
Profitabilité opérationnelle	▪ **Une marge d'EBITDA comprise entre 3,4% et 3,8%**
Refinancement	▪ **Antalis étudie activement ses options de refinancement qu'elle envisage de mettre en place au 2nd semestre 2017**

[1] Avant acquisitions et à taux de change constants

Objectifs moyen-terme

Objectifs 2020[1]

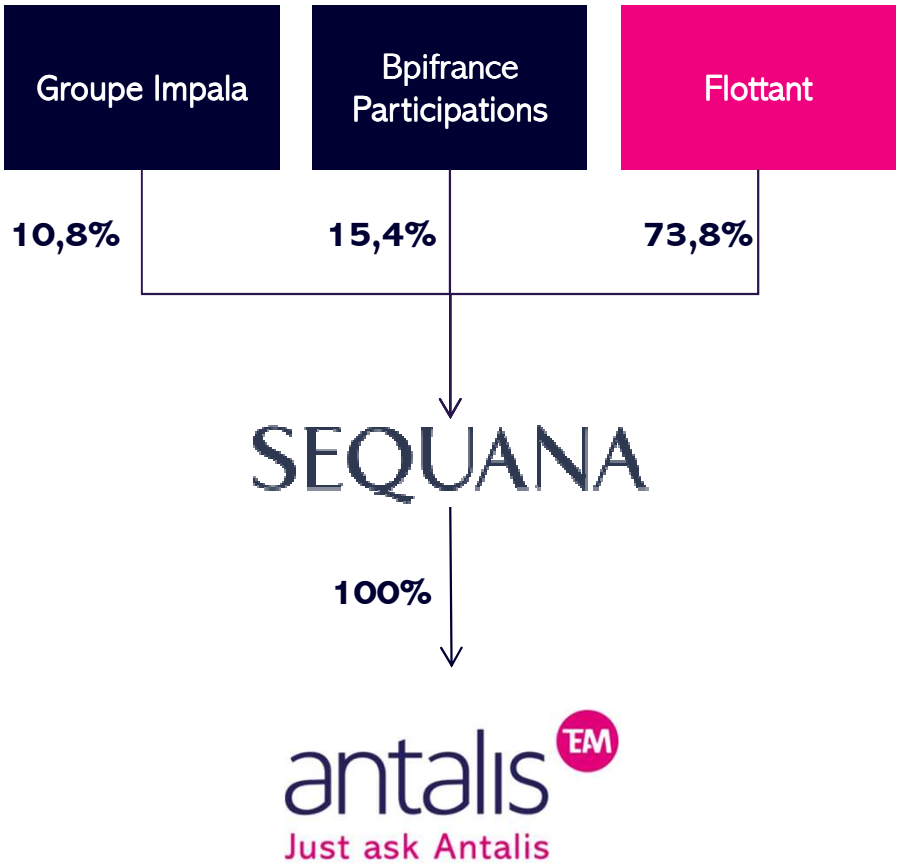
Chiffre d'affaires	▪ **Faible décroissance annuelle du chiffre d'affaires :** – **Croissance régulière du chiffre d'affaires et évolution du mix produits vers les secteurs d'activité Emballage et Communication Visuelle à plus fortes marges** – **Baisse organique modérée dans le secteur Papiers** – **Antalis a pour objectif de générer 400M€ de chiffre d'affaires via ses e-plateformes vs. 261M€ en 2016**
Profitabilité opérationnelle	▪ **La Groupe a pour objectif d'atteindre une marge d'EBITDA de 4% vs 3,6% en 2016 grâce à :** - **Une contribution plus élevée à la marge brute des secteurs Emballage et Communication Visuelle** - **Une incidence positive sur les coûts grâce à la vente en ligne** - **Optimisation constante des coûts via l'IT, la chaîne logistique et les ventes/marketing**
Stratégie de financement	▪ **Désendettement naturel permettant d'atteindre un niveau d'Endettement financier net / EBITDA en fin d'année inférieur à 2,5x (avant acquisitions)**
Création de valeur	• **Objectif de ROCE[2] après impôts > 11,5%**
Allocation du capital	• **La Société envisage de verser un dividende régulier au cours des prochaines années, mais souhaite donner la priorité aux acquisitions dans les secteurs de l'Emballage et de la Communication Visuelle ainsi qu'aux investissements dans les systèmes d'information digitale**

(1) Avant acquisitions et à taux de change constants
(2) ROCE: EBIT après impôts normatifs / capitaux employés en fin d'année

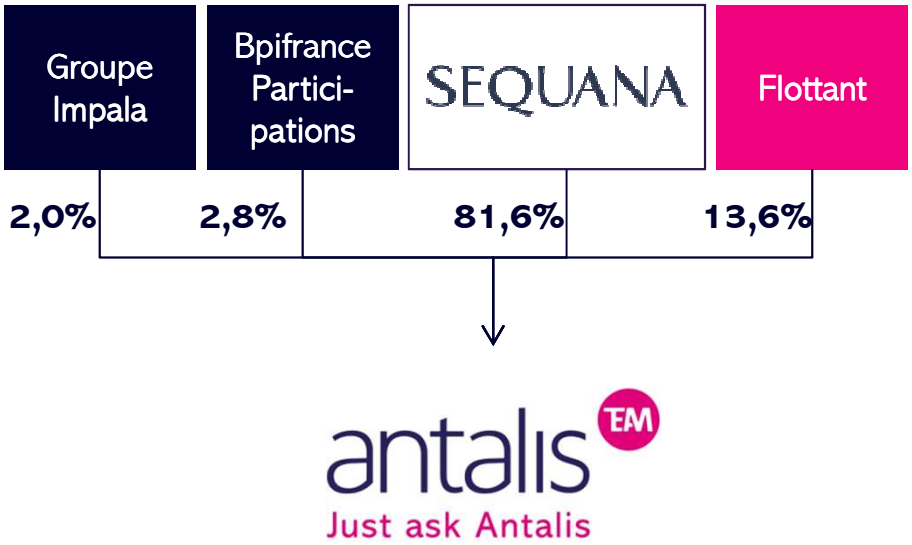
Annexes

Structure de l'actionnariat

Initiale (au 9/05/2017)



Post distribution de 18,36% du capital d'Antalis



Etats financiers 2016

Principaux éléments du compte de résultat

(en M €)	**2016**	**2015**	% 2016 / 2015
Chiffre d'affaires	**2 459**	**2 625**	**(6,3)%**
EBITDA	**88**	**94**	**(6,4)%**
Marge %	*3,6%*	*3,6%*	
Résultat Opérationnel Courant	**64**	**68**	**(5,9)%**
Marge %	*2,6%*	*2,6%*	
Résultat non-récurrent	(27)	(23)	
Résultat financier	(28)	(33)	
Impôts	(4)	(4)	
Résultat net – part du Groupe	**5**	**8**	

- **Chiffre d'affaires en retrait de 6,3% (-2,3% à taux de change constant)**
  - **Principalement dû à l'impact défavorable des devises à hauteur de 109M€ (principalement GBP) et l'impact négatif de la baisse des volumes en Papiers**
  - **En partie compensé par la contribution croissante de l'Emballage et de la Communication Visuelle et des acquisitions réalisées en 2015**

- **Stabilité de la marge d'EBITDA (i.e. 3,6%) grâce à la gestion stricte des coûts et à la flexibilisation des coûts de transport**

Compte de résultat par secteur d'activité

(en M €)	**2016**	**2015**	% 2016 / 2015
Chiffre d'affaires	**2 459**	**2 625**	**(6,3)%**
Papiers	1 746	1 958	(10,8)%
Emballage	485	443	9,5%
Communication Visuelle	228	224	1,8%
Marge brute	**597**	**631**	**(5,4)%**
Papiers	402	448	(10,3)%
Emballage	133	122	9,0%
Communication Visuelle	62	61	1,6%

- **La baisse du secteur d'activité Papiers est limitée à 6,1% à taux de change constants, en ligne avec la tendance observée sur le marché**

- **Dynamique positive pour les secteurs d'activité Emballage et Communication Visuelle, soutenue par des tendances de marché favorables**
  - **Le taux de croissance organique s'établit respectivement à 3,6% et 2,7%**
- **Contribution croissante de l'Emballage et de la Communication Visuelle à la marge brute**

Etats financiers 2016

Compte de résultat par zone géographique

(en M €)	2016	2015	% 2016 / 2015
Chiffre d'affaires	2 459	2 625	-6,3%
Royaume-Uni & Irlande	*663*	*768*	*-13,7%*
France	*279*	*300*	*-7,0%*
Allemagne et Autriche	*316*	*333*	*-5,1%*
Principaux Pays Européens	1 258	1 401	-10,2%
Reste de l'Europe	974	983	-0,9%
Reste du Monde	227	241	-5,8%
Marge brute	597	631	-5,4%
Principaux Pays Européens	287	314	-8,6%
Reste de l'Europe	249	254	-2,0%
Reste du Monde	61	63	-3,2%
EBITDA	88	94	-6,4%
Principaux Pays Européens	45	48	-6,3%
Reste de l'Europe	33	37	-10,8%
Reste du Monde	10	9	11,1%

- **Les ventes au Royaume-Uni & Irlande baissent de 3% à taux de change constant**
  - **i.e. une baisse de 31M€ vs 105M€ en publié**
- **Recul des ventes en France (-7,0%) globalement en ligne avec les tendances de marché** (environ -6% sur le marché papiers)
- **Diminution des ventes en Allemagne et Autriche (-5,1%) inférieure aux marchés domestiques** (environ -6% sur le marché papiers)

- **Recul des ventes sur le reste de l'Europe de 4% à taux de change constant**
- Impact défavorable des devises partiellement compensé par l'impact positif des acquisitions

- **Sur le reste du Monde,** les ventes ont diminué de 5,8%, principalement en raison d'un impact des devises de 13M€ provenant de l'évolution de BRL et ZAR

Etats financiers 2016

Bilan

(en M€)	31 déc. 2016	31 déc. 2015
Goodwill	150	147
Immobilisations corporelles	49	50
Immobilisations incorporelles	43	48
Autres actifs immobilisés	30	29
BFR d'exploitation	297	303
Autres actifs / passifs courants	(89)	(107)
Total Actif	**480**	**470**
Capitaux propres part du groupe	141	156
Intérêts minoritaires	1	0
Provisions	81	79
Endettement financier net	256	235
Passifs d'impôts différés	1	3
Total Passif	**480**	**470**

Etats financiers 2016

Variation de l'endettement net

(en M €)	31 déc. 2016	31 déc. 2015
Endettement financier net consolidé – 1er Janvier	**(232)**	**(250)**
EBITDA	88	94
Variation du BFR des activités	(15)	42
CAPEX	(16)	(17)
Cessions d'actifs	3	11
Flux de trésorerie opérationnel	**59**	**129**
Frais financiers nets	(23)	(26)
Impôts versés	(5)	(6)
Restructurations et autres éléments exceptionnels	(24)	(36)
Cessions / (acquisitions)	(8)	(24)
Restructuration financière	(2)	(2)
Effet de change	(6)	(4)
Autres éléments	(13)	(14)
Endettement financier net consolidé - 31 Décembre	**(254)**	**(232)**

- **Variation négative du BFR en 2016:**
  - Baisse des dettes fournisseurs partiellement compensée par la diminution des stocks et des créances clients

- **Diminution des coûts de restructuration**

Revue du financement actuel

Endettement net & plan de refinancement

- Récente diversification des ressources financières d'Antalis :
  - Programmes d'affacturage de 200M€ (échéance en décembre 2018) : 145M€ tirés au 31 décembre 2016
  - Contrat de Crédit Syndiqué de 310M€ (échéance en décembre 2018) : 237M€ tirés au 31 décembre 2016
- Endettement net à 254M€ au 31 décembre 2016 (vs 232M€ au 31 décembre 2015) :
- Ratios financiers (covenants) au 31 décembre 2016 :

	Actuel	Covenant
– Levier financier (Dette nette / EBITDA)	= 2,9x	(≤ 3,35x)
– Ratio de couverture des intérêts (Résultat Opérationnel Courant / Charges d'Intérêts Nettes)	= 4,2x	(≥ 2,30x)

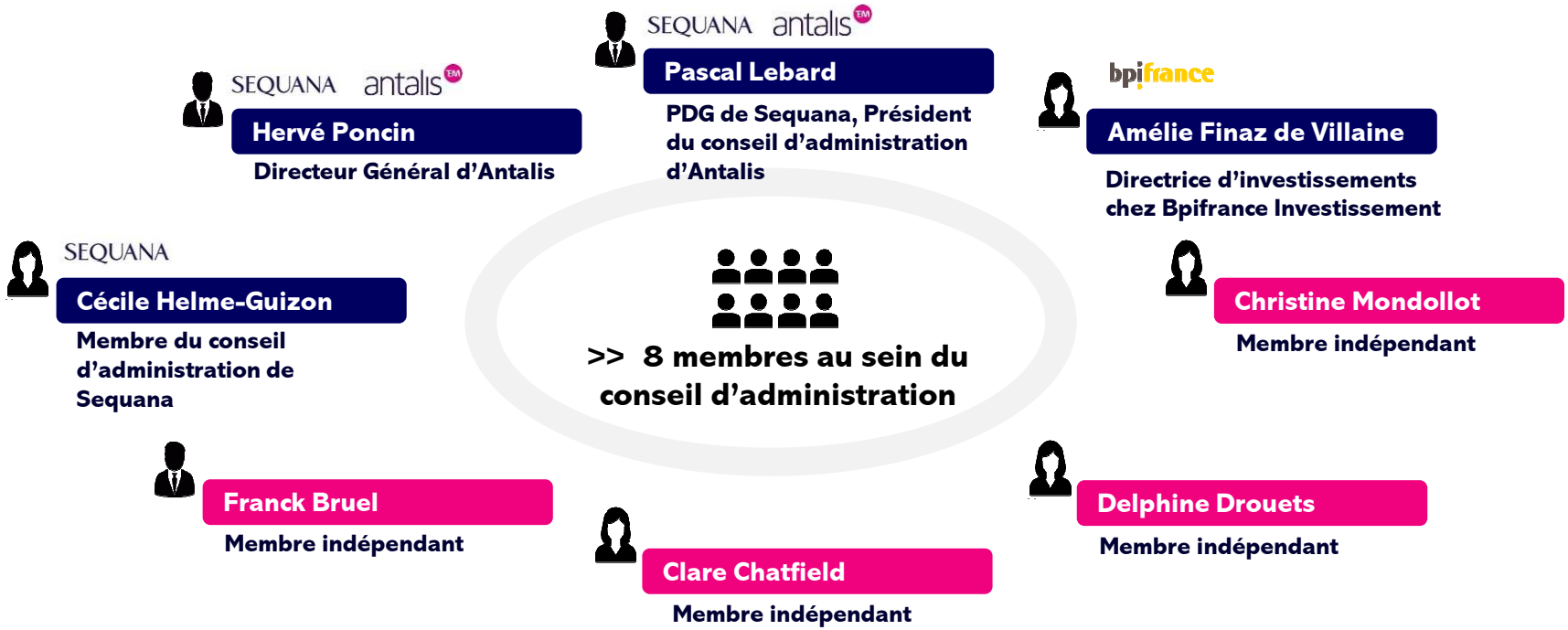
- Covenants financiers des programmes d'affacturage alignés sur ceux du contrat de crédit :

Date de test	Levier financier	Ratio de couverture des intérêts
30 juin 2017	≤ 3,30	≥ 2,35
30 septembre 2017	≤ 4,55	≥ 2,35
31 décembre 2017	≤ 3,20	≥ 2,35
31 mars 2018	≤ 3,95	≥ 2,40
30 juin 2018	≤ 3,05	≥ 2,40
30 septembre 2018	≤ 4,10	≥ 2,45

- Le processus de refinancement de la dette débutera au S2 2017

Nouvelle gouvernance d'Antalis

Un conseil d'administration en conformité avec les règles AFEP-MEDEF



✓ **50% des membres sont indépendants vs 33% recommandé par AFEP-MEDEF[1] pour les sociétés contrôlées**

✓ **Au moins 40% de femmes**
- ✓ **Parité: 5 femmes/3 hommes**

✓ **Comité des comptes[2]**
- ✓ **Au moins 3 membres**
- ✓ **2/3 d'indépendants**
- ✓ **Président : indépendant**

✓ **Comité de nominations et rémunération [2]**
- ✓ **Majorité de membres indépendants**
- ✓ **Aucun dirigeant mandataire social exécutif**

[1] Au sens de l'article L233-33 du Code de commerce
[2] La composition sera déterminée par le conseil d'administration suite à l'admission à la cotation des actions de la Société sur le marché d'Euronext Paris

Contacts

Antalis International

Analystes & Investisseurs
Xavier Roy-Contancin
+33(0)1 58 04 22 80

Communication
Sylvie Noqué
+33(0)01 58 04 22 80
contact@sequana.com

Image Sept

Claire Doligez
Priscille Reneaume
+33(0)1 53 70 74 25
cdoligez@image7.fr
preneaume@image7.fr

www.antalis.com