

# La lettre

11 / Juillet 2018

## de l'actionnaire de SEQUANA

Madame, Monsieur,  
cher actionnaire,

Nous avons annoncé début juillet le projet de cession d'Arjowiggins Graphic et d'Arjowiggins Creative Papers à Fineska dont la finalisation devrait avoir lieu avant la fin octobre 2018.

L'offre ferme, que nous avons reçue, valoriserait nos activités à 125 millions d'euros, soit un produit net de cession d'environ 20 millions d'euros après déduction des dettes et passifs transférés à Fineska (affacturage, engagements de retraite en France, contrats de cession bail, investissement dans une chaudière à l'usine de Stoneywood). Ce montant pourrait être ajusté à la hausse ou à la baisse en fonction des éléments du bilan à la clôture de l'opération.

Cette transaction est satisfaisante pour Sequana car elle répond à nos critères et à notre objectif d'assurer le développement futur de nos activités au sein d'un ensemble pérenne.

Arjowiggins Graphic et Arjowiggins Creative Papers, qui ont réalisé un chiffre d'affaires de 528 millions d'euros en 2017 soit 19 % du chiffre d'affaires consolidé de Sequana, ont mené avec succès un important plan de restructuration en 2014 et 2015 pour se recentrer sur les papiers

recyclés et de spécialité. Elles ont démontré depuis leurs capacités à générer un cash-flow positif. Adossées à un partenaire solide et un investisseur à long terme, qui détient déjà deux actifs dans la production de papiers de spécialité et le carton graphique, ces deux divisions d'Arjowiggins disposeraient ainsi des moyens nécessaires à leur croissance.

À l'issue de cette cession, notre groupe serait totalement désengagé de ses activités industrielles, à l'exception d'Arjobex. Toutefois, cette activité profitable, qui produit et distribue des papiers synthétiques de polyéthylène de haute densité, n'a pas vocation à rester à terme dans le périmètre du groupe. Naturellement, l'organisation du groupe post cession sera resserrée et adaptée à son nouveau périmètre.

Notre désengagement du secteur de l'industrie s'inscrit dans le prolongement de notre stratégie de participer à la nécessaire consolidation du secteur. Il parachèverait notre recentrage sur la distribution où Antalis occupe une place de leader en Europe dans le secteur Papiers, de l'Emballage industriel et de la Communication Visuelle.

Focus  
**3 questions à la  
Communication  
Visuelle**

News  
**L'essentiel  
de l'actualité**

Horizons  
**Assemblée  
générale mixte  
2018**

**Résultats  
du 1<sup>er</sup> trimestre  
2018**



**Pascal Lebard**  
Président-Directeur général

Une fois cette cession réalisée, le futur de Sequana dépend de la décision de la cour d'appel de Londres dans le litige nous opposant au groupe British American Tobacco (BAT). Préalablement aux audiences en appel qui ont eu lieu début juin, BAT a abandonné une grande partie de ses demandes. La décision de la cour d'appel devrait être connue d'ici fin octobre 2018. Même si, comme dans tout procès, ce litige reste soumis à l'aléa judiciaire, nous sommes confiants quant à une issue favorable.

En fonction de cette décision, nous définirons la stratégie à mettre en œuvre.

Je vous remercie de votre confiance et de votre fidélité.

# 3 questions à la Communication Visuelle

Depuis plusieurs années, Antalis poursuit son développement dans le secteur porteur de la Communication Visuelle. Le développement de nouvelles techniques d'impression via le numérique a fortement modifié ce marché, particulièrement dans la décoration d'intérieure. Antalis, toujours à l'écoute du marché, innove constamment pour accompagner ses clients.

## Pourquoi avoir choisi la décoration comme axe de développement du secteur Communication Visuelle ?

La décoration d'intérieur personnalisée connaît un succès grandissant auprès des professionnels : hôtels, boutiques, restaurants, immeubles de bureaux, écoles, hôpitaux, agences... Tous aspirent à un design unique et une hyper-personnalisation pour se différencier et magnifier l'expérience de leurs clients. Les dernières technologies d'impression grand format permettent d'obtenir des qualités d'impression à la hauteur des attentes des décorateurs et architectes d'intérieur.

Encore faut-il que les supports imprimables, compatibles avec les technologies digitales, inspirent les créatifs. Pari gagné avec la gamme Coala, distribuée exclusivement par Antalis. Une offre de 150 supports – papiers peints, textile mural, films adhésifs, supports magnétiques, revêtements pour le sol, toiles... – qui valorisent les projets des décorateurs et architectes d'intérieur. Antalis se positionne ainsi en leader de ce marché à fort potentiel, où naissent chaque jour de nouvelles applications.

## Comment procédez-vous pour vous positionner sur ce marché ?

Notre mission est d'inspirer les designers et de les aider à concevoir des lieux inédits. L'enjeu est donc de faire connaître notre gamme en ouvrant le champ des possibles aux architectes et décorateurs d'intérieur. Nos supports sont minutieusement sélectionnés pour répondre à leurs attentes et tous nos produits, proposés dans de multiples formats, finitions et textures, sont régulièrement enrichis pour suivre les nouvelles tendances en matière de décoration.

Mais ce n'est pas tout ! Antalis a souhaité stimuler ce marché et donner de la visibilité aux experts qui le composent en lançant, en septembre 2017, le concours international Antalis Interior Design Award. Une occasion inédite de faire rayonner à l'international



de belles réalisations de décoration personnalisée, mais aussi de découvrir le savoir-faire des imprimeurs grand format et le talent créatif des designers. Les gagnants ont été mis en avant dans les magazines Wallpaper et Intramuros tandis que les 50 plus belles réalisations, publiées sur le site du concours, ont été rassemblées dans The Book, un livre de référence de la décoration personnalisée édité en 7 500 exemplaires et distribué dans les plus hauts lieux du design.

## Quelle est pour vous la prochaine étape ?

Continuer à nous différencier en proposant à nos clients des solutions innovantes : par exemple, des supports adaptés pour zone humide comme les crédences de cuisine ou les cabines de douches ou encore, des produits pointus comme le velours imprimable pour l'habillage de cabines d'essayage. À ce titre, nous avons lancé une nouvelle gamme de 27 produits textiles comprenant des produits techniques, acoustiques, et de protection solaire. Enfin, nous participons au développement d'un réseau d'imprimeurs professionnels qui, de par leur capacité à gérer un projet global – de la réception du fichier à la pose du support – seront les interlocuteurs privilégiés des architectes, décorateurs d'intérieur et agences.

## News

### ANTALIS



## Une vie plus sauvage sur fond de « Cocoon »

« Une vie plus sauvage », livre photographique qui a remporté le Prix Panda Book 2018 – a été réalisé sur du Cocoon Silk, papier 100 % recyclé. Décerné par WWF Suède (World Wide Fund for nature), ce prix récompense chaque année les projets qui placent la nature et sa préservation au cœur de leur engagement. L'harmonie entre contenu et papier utilisé – doté de 5 étoiles selon le Green Star System – a permis aux deux auteurs de respecter leurs convictions écologiques, sans pour autant faire de compromis sur la qualité visuelle.

Autour du même projet Antalis a réalisé une vidéo esthétique et inspirante pour mettre en évidence la qualité d'impression du Cocoon au travers des témoignages des auteurs et de l'imprimeur du livre. Ce film vient de recevoir le Trophée Or dans la catégorie « Production durable et économie circulaire » lors du Festival Green Awards de Deauville en juin dernier, qui récompense l'excellence en matière de respect de l'environnement, d'innovation et d'esthétique.

## Coala Textile, des applications multiples et innovantes



À l'occasion de l'édition 2018 de la FESPA, salon international de l'impression grand format, Antalis a présenté sa nouvelle gamme de supports imprimables dédiés à la signalétique et à la décoration d'intérieur.

De « Coala Textile Sound Line » particulièrement recommandé pour décorer les espaces de travail grâce à ses propriétés acoustiques à « Coala Textile Window Soft » pour la création de stores intérieurs personnalisés, les 27 nouveaux produits Coala Textile proposent de nombreuses possibilités d'applications.

## Antalis accélère sa stratégie de développement

Antalis poursuit la concentration de ses activités sur les zones géographiques et les secteurs les plus dynamiques avec plusieurs opérations. Antalis a acquis l'activité de distribution de produits d'Emballage d'Alos en Suède (environ 6 millions d'euros de chiffre d'affaires) et le distributeur de supports de Communication Visuelle Verla\* en Roumanie (environ 8 millions d'euros de chiffre d'affaires). Parallèlement, le groupe a continué de conforter ses positions dans le secteur Papiers en Europe en reprenant l'activité de distribution d'Igepa en Suède et en Norvège (environ 10 millions d'euros de chiffre d'affaires). Antalis a également signé un accord ferme avec l'équipe de management locale pour lui céder ses filiales en Afrique du Sud\*. Essentiellement centrées sur le secteur Papiers, ces sociétés ont réalisé un chiffre d'affaires de 71 millions d'euros en 2017. L'ensemble de ces opérations va contribuer à renforcer le poids croissant des activités Emballage et Communication Visuelle dans le chiffre d'affaires et la marge brute du groupe.

\*Soumises à l'autorisation des autorités locales de la concurrence, ces opérations devraient être finalisées durant l'été.

## Optimisation des stocks des imprimeurs



**easystock**  
The Antalis-managed stock service

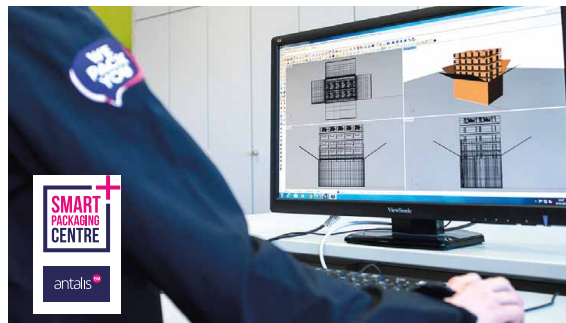
Le nouveau service d'Antalis Easystock, lancé en novembre

dernier, rencontre un franc succès auprès des imprimeurs. Ce service permet de gérer leurs stocks via une application exclusive sur Internet, tout en bénéficiant d'une assistance téléphonique. Aujourd'hui, de nombreux clients bénéficient de ce service en France et en Grande-Bretagne pour leurs stocks de papiers, de supports de communication visuelle et de produits d'emballage. Fort de son succès, son déploiement est prévu avant la fin de l'année en Suisse, aux Pays-Bas, en Belgique, en Pologne, en République tchèque et en Espagne.

## Nouveaux centres de conception d'emballages

Pour soutenir l'innovation et répondre au mieux aux enjeux spécifiques de chaque client sur le marché porteur de l'emballage, Antalis a ouvert en Grande-Bretagne son centre de conception

« SMART Packaging Centre ». L'objectif : concevoir pour ses clients des solutions sur mesure high-tech et développer des prototypes dans des délais très courts. L'ouverture d'un prochain Packaging Design Center en Pologne d'ici la fin d'année 2018 portera à six le nombre de centres qui contribueront à renforcer le haut niveau d'expertise qu'Antalis déploie sur ce marché en Europe.



## ARJOWIGGINS

### Arjowiggins Graphic noté GOLD au classement RSE d'EcoVadis !

Arjowiggins Graphic, leader européen des papiers et cartons graphiques recyclés, s'est vu décerner la notation Gold au classement RSE d'EcoVadis et obtient un score très élevé qui le place dans le TOP 1 % des 30 000 entreprises évaluées. Agnès Roger, directrice

générale d'Arjowiggins Graphic, affirme : « C'est une nouvelle reconnaissance internationale majeure de notre engagement continu dans la RSE. Nos efforts se doivent d'aller au-delà des obligations légales, c'est pourquoi nous continuons à

réduire notre consommation d'eau et d'énergie, à améliorer le bien-être des salariés à travers la sécurité et la formation, et à faciliter l'accès des femmes à tous les postes, plus particulièrement dans les usines. Nous sommes aussi fermement engagés dans l'économie circulaire du papier, qui génère des emplois locaux dans la collecte et le tri des vieux papiers. »

EcoVadis a développé une plateforme permettant aux entreprises d'évaluer les performances sociales et environnementales de leurs fournisseurs à l'échelle mondiale. Les critères reposent sur quatre thèmes : l'environnement, les pratiques de travail, les achats responsables et l'éthique des affaires. La méthodologie et les critères utilisés sont conformes aux normes internationales de la RSE définies par le GRI (Global Reporting Initiative), le Global Compact des Nations Unies et la norme ISO 26000.



### Shopping bags en vogue

Depuis l'interdiction début 2017 de la distribution de sacs en plastique, le marché du sac papier est en pleine évolution. Afin de mettre en valeur leur image et leur engagement environnemental, les marques ont désormais le choix entre du papier couché ou non, recyclé ou issu de fibres vierges. Arjowiggins Graphic qui développe en permanence de nouveaux produits éco-responsables pour tous les usages, a mis à profit son expertise dans le domaine du recyclé et propose une large gamme de papiers adaptés à la fabrication de shopping



réunie sous le nom Maine Pack : une alternative papier fibres vierges ou 100 % recyclé aux sacs plastiques, avec une excellente qualité d'impression.

bags. Pour que son offre soit claire et lisible, Arjowiggins Graphic a choisi de rationaliser sa gamme désormais

### Arjowiggins Creative Papers étoffe ses gammes emblématiques

Leader mondial des papiers de création, Arjowiggins Creative Papers s'est donné pour mission en 2018 d'élargir son offre de papiers de couleur en développant de nouvelles teintes au sein de plusieurs de ses gammes. Le lancement de ces nouvelles gammes se déploie à l'international depuis mars 2018. Keaykolour, la gamme iconique de papiers vélin couleur reconnue pour sa rigidité et conçue pour les applications d'impression graphique et de packaging haut de gamme, passe de 20 à 48 couleurs. La nouvelle offre couleur est organisée en neuf familles chromatiques sublimant la texture naturelle et raffinée de Keaykolour. La gamme Curious Collection Metallics s'enrichit de 15 nouvelles couleurs mettant en valeur l'effet métallisé du papier et permettant des combinaisons subtiles entre les différentes teintes. Quant à Conqueror, la marque prestige d'Arjowiggins, elle s'étoffe avec l'introduction du gris décliné en trois nuances. « Nous fournissons



aux créatifs, où qu'ils soient dans le monde, des papiers de haute qualité et nous nous efforçons continuellement de soutenir notre mission d'exigence mais aussi d'excellence en termes de choix, d'innovation et de finitions », affirme Jonathan Mitchell, directeur général d'Arjowiggins Creative Papers.

## News

### Pop-up Exhibitions by Arjowiggins au Moyen-Orient et en Asie

Après le succès de la première édition des Pop-Up Exhibitions by Arjowiggins en 2015, Arjowiggins Creative Papers a poursuivi fin 2017 ses expositions éphémères itinérantes. Dubaï, Séoul et Shanghai, trois villes choisies pour leur forte culture papier, leur créativité et leur intérêt croissant pour le secteur du luxe, ont accueilli cette nouvelle édition. 150 réalisations d'exception réalisées sur des papiers Arjowiggins (affiches, invitations,

cartes ou livres, ...) ont été exposées. Les 3 500 visiteurs ont ainsi pu découvrir ou redécouvrir le papier sous toutes ses formes, à travers des réalisations exécutées avec différentes techniques d'impression et de finition. Arjowiggins Creative Papers démontre sa présence internationale et répond à une demande croissante des professionnels du secteur graphique et des annonceurs du luxe pour la communication imprimée haut de gamme.



### Cyclus prend « Un Enfant par la Main »



À travers sa marque Cyclus, Arjowiggins Graphic collabore depuis plusieurs années avec *Un Enfant par la Main* pour favoriser l'accès à l'éducation à travers le monde. Cette année, Cyclus soutient la reconstruction

et le rééquipement de l'école Bon Berger en Haïti, afin de permettre à 420 enfants haïtiens de continuer à aller à l'école et poursuivre leur scolarité dans de meilleures conditions. « Notre mission, qui est de s'assurer que chaque enfant, quel que soit son milieu social, ait la possibilité de grandir dans la dignité, d'apprendre et d'envisager un avenir serein, dépend du soutien et de la collaboration d'entreprises comme Arjowiggins Graphic. Grâce à l'aide de Cyclus et des clients d'Arjowiggins, les enfants recevront une meilleure éducation et amélioreront non seulement leur propre vie, mais aussi celle de leur communauté », commente Lisa Gaspar, Responsable Communication d'*Un Enfant par la Main* et membre de Childfund Alliance. Pour susciter la prise de conscience, une campagne qui s'est déroulée en mai-juin a invité à participer à un jeu simple et interactif sur le site [www.haiti.cycluspaper.com](http://www.haiti.cycluspaper.com)

## Horizons

# Assemblée générale mixte 2018

L'assemblée générale des actionnaires réunie le 24 mai n'ayant pu délibérer, faute de quorum, sur la 4<sup>e</sup> résolution du ressort de l'assemblée générale ordinaire et sur les résolutions du ressort de l'assemblée générale extraordinaire, une assemblée générale mixte s'est tenue sur 2<sup>nd</sup>e convocation le 21 juin dernier.

À l'issue des assemblées générales mixtes des 24 mai et 21 juin, l'ensemble des résolutions du ressort de l'assemblée générale mixte ont été adoptées, à l'exception des 4<sup>e</sup>, 18<sup>e</sup> et 19<sup>e</sup> résolutions, et notamment :

- les comptes sociaux et consolidés 2017,
- le renouvellement des mandats d'administrateur de M. Jean-Pascal Beaufret, M. Jean-Yves Durance pour une durée de 2 ans, Mme Christine Bénard,

- les éléments de rémunération versés ou attribués au titre de l'exercice 2017 au Président-Directeur général,
- la politique de rémunération 2018 applicable au Directeur général et au Président du conseil d'administration,
- le renouvellement du mandat de commissaire aux comptes titulaire de la société Constantin Associés.



Retrouvez sur [www.sequana.com/finance/assemblee-generale](http://www.sequana.com/finance/assemblee-generale) l'intégralité des résultats des votes, la présentation à l'assemblée générale du 24 mai et sur la page d'accueil de la rubrique Finance le document de référence 2017.

## Résultats du 1<sup>er</sup> trimestre 2018

Lors du 1<sup>er</sup> trimestre 2018, la baisse de 4,1 % du **chiffre d'affaires du groupe** s'explique principalement par un effet calendaire défavorable de 2 % en distribution qui a amplifié la baisse des volumes en Papiers et par un effet de base défavorable en production dans le segment des laminés (Arjowiggins Graphic) dû à des volumes exceptionnels en 2017. À cela s'est ajouté l'impact négatif des devises sur le chiffre d'affaires, principalement chez Antalis, à hauteur de 15 millions d'euros.

**690 M€**  
Chiffre d'affaires

**21 M€**  
EBITDA

**13 M€**  
Résultat opérationnel courant

L'EBITDA est en baisse de 9 millions d'euros traduisant essentiellement l'impact négatif de la forte hausse du coût de la pâte à papier sur les activités d'Arjowiggins et la dégradation du mix produit de la division Graphique (laminés) ainsi que la faiblesse du nombre de jours ouvrés en distribution. Les effets positifs des réductions de coûts fixes chez Antalis et les hausses de prix de ventes dans les deux métiers du groupe ont compensé partiellement ces éléments défavorables. La marge d'EBITDA s'établit ainsi à 3 % du chiffre d'affaires.

## Nous contacter

**Par téléphone :** 01 58 04 22 80  
**Par courrier :** Sequana-Service Actionnaires  
8 rue de Seine, 92100 Boulogne-Billancourt  
**Par email :** [contact@sequana.com](mailto:contact@sequana.com)

## Service Titres

**BNP Paribas Securities Services**  
Relations Actionnaires  
9 rue du Débarcadère, 93500 Pantin  
Tél. : 0 826 109 119

## Crédits

Photothèques Antalis et Arjowiggins®, Capa Pictures.  
Cette Lettre est imprimée sur du Conqueror Vélín 100 % Recyclé Blanc Glacier Recyclé 160 g, un papier certifié FSC® produit par Arjowiggins et distribué par Antalis.

**Conception et réalisation | TERRE DE SIENNE**