

**TRIGANO**

**2005**  
Rapport annuel



**TRIGANO** a construit son développement sur un équilibre entre la croissance organique, issue notamment du dynamisme de ses principaux marchés, et la croissance externe. Son succès est lié à sa capacité à animer une organisation largement décentralisée composée d'équipes multiculturelles et à mettre en œuvre des synergies entre ses différentes business units.

## Sommaire

Profil	1
Entretien avec le Président	4
Un savoir-faire avéré en matière de croissance externe	6
Une acquisition majeure	7
Les loisirs actifs	8
Les véhicules de loisirs	10
L'équipement des loisirs	13
Gouvernement d'entreprise	14
De belles perspectives	15
Carnet de l'actionnaire	16



## Profil

**Chiffre d'affaires : 785,7 M€**  
+ 12,0 %

Une progression moyenne  
annuelle supérieure à **15 %**  
sur les dix derniers exercices.

**Résultat d'exploitation : 78,0 M€**  
+ 4,8 %

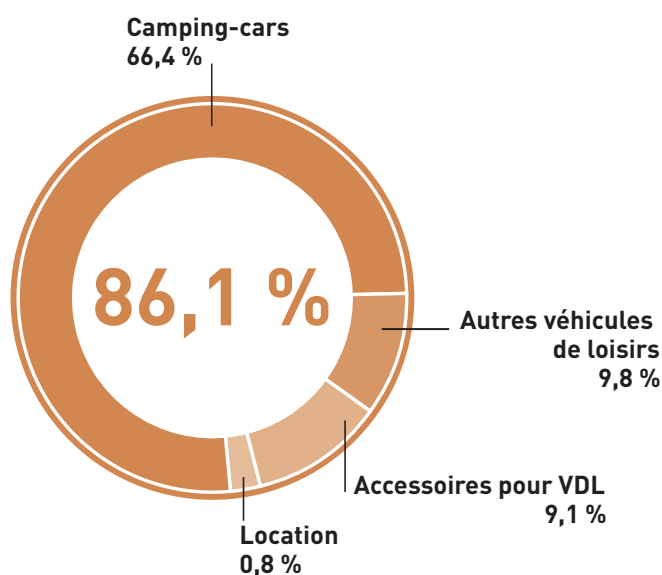
**Acteur majeur** sur les marchés  
européens du véhicule de loisirs  
et de la remorque

**3 879** personnes

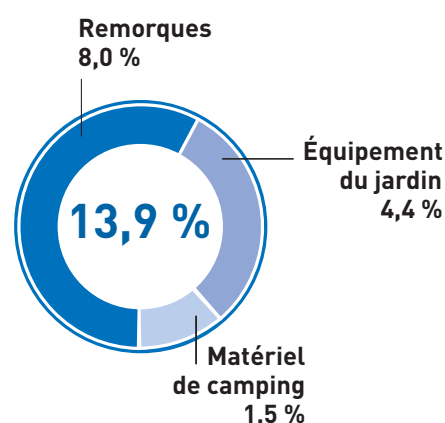
**TRIGANO** est spécialisé dans la conception, la production et la commercialisation de véhicules de loisirs. Leader européen du camping-car, il a su fédérer des réseaux de concessionnaires fidèles et motivés qui forment un maillage dense du territoire sur les principaux marchés et assurent la distribution de produits complémentaires à fortes marges (accessoires, location, financement).

**TRIGANO** a également développé son savoir-faire dans la production de remorques, dont il est devenu l'un des deux principaux fabricants en Europe, d'équipements de jardin et de matériels de camping, son activité historique.

### Répartition du chiffre d'affaires par activités



**Véhicules de loisirs : 676,1 M€**

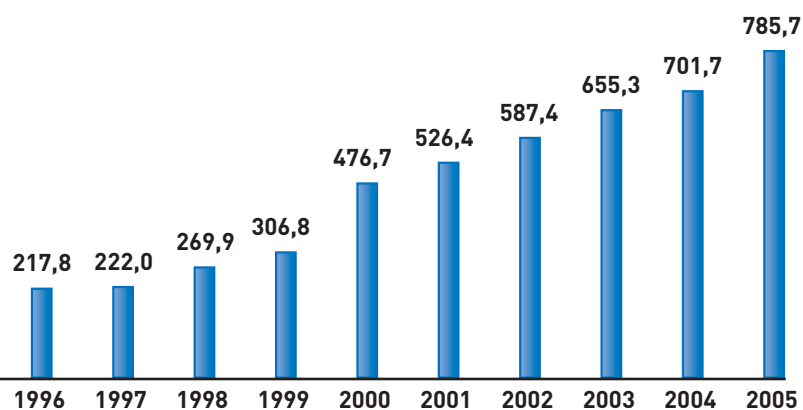


**Équipement des loisirs : 109,6 M€**

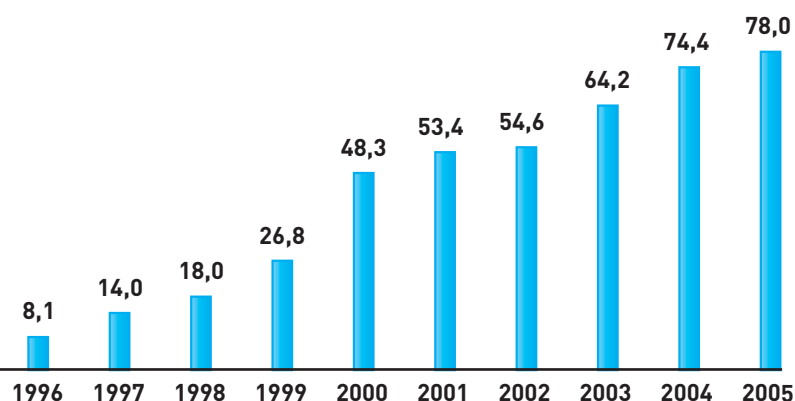
# TRIGANO en chiffres

## Performances sur 10 ans

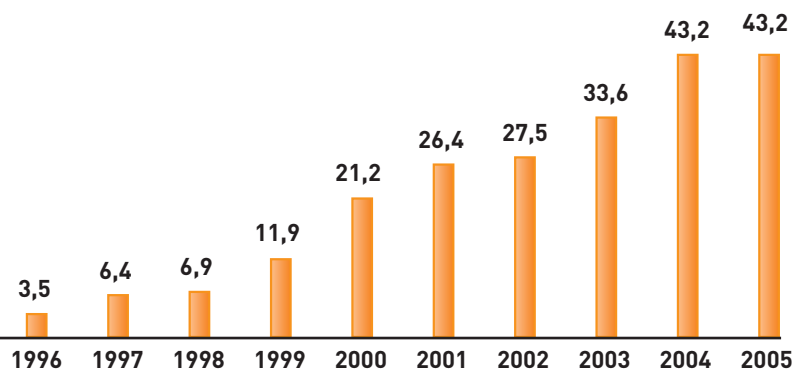
Chiffre d'affaires (en M€)



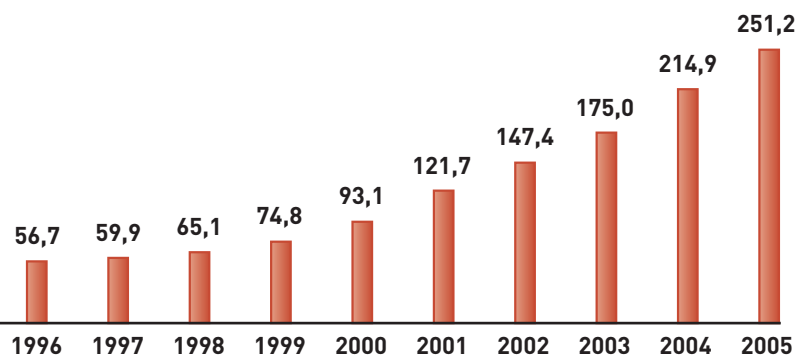
Résultat d'exploitation (en M€)



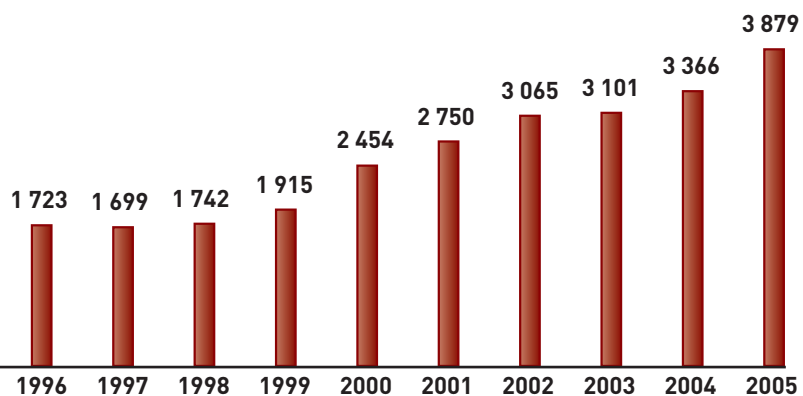
Résultat net (en M€)



Situation nette part du groupe (en M€)



Effectifs







## Bilan simplifié au 31 août (en M€)

	2005	2004	2003	2002	2001
Ecart d'acquisition	32,5	32,6	32,1	32,2	28,8
Immobilisations	98,9	64,8	63,5	64,9	58,8
Stocks	199,7	146,9	135,2	137,9	110,1
Créances d'exploitation	163,2	158,2	147,4	139,7	113,9
Disponibilités	53,7	44,5	37,9	33,0	20,5
<b>TOTAL ACTIF</b>	<b>548,0</b>	<b>447,0</b>	<b>416,1</b>	<b>407,7</b>	<b>331,5</b>
Capitaux propres Groupe	251,2	214,9	175,0	147,4	121,7
Minoritaires	1,7	1,7	2,3	2,3	1,5
Provisions pour risques et charges	15,2	11,5	10,8	10,1	8,3
Dettes financières	105,6	64,8	87,1	95,5	80,4
Dettes d'exploitation	174,3	154,1	140,9	152,4	119,6
<b>TOTAL PASSIF</b>	<b>548,0</b>	<b>447,0</b>	<b>416,1</b>	<b>407,7</b>	<b>331,5</b>

## Compte de résultat au 31 août (en M€)

	2005	2004	2003	2002	2001
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>785,7</b>	<b>701,7</b>	<b>655,3</b>	<b>587,4</b>	<b>526,4</b>
Production stockée	11,6	7,3	-10,5	5,8	6,8
Achats consommés	-597,4	-521,1	-480,3	-443,0	-403,5
Charges de personnel	-116,1	-98,9	-93,1	-85,5	-77,5
Autres charges et produits	-5,8	-14,6	-7,2	-10,1	1,2
<b>Résultat d'exploitation</b>	<b>78,0</b>	<b>74,4</b>	<b>64,2</b>	<b>54,6</b>	<b>53,4</b>
Résultat financier	-4,0	-3,9	-5,1	-6,0	-6,5
Résultat exceptionnel	0,4	-0,3	0,3	0,3	0,7
Impôt sur les bénéfices	-27,0	-23,0	-22,0	-18,3	-17,9
Résultats mis en équivalence	1,1	0,9	0,8	0,9	0,2
Dotation écarts d'acquisition	-5,3	-4,9	-4,6	-4,0	-3,5
<b>Résultat net</b>	<b>43,2</b>	<b>43,2</b>	<b>33,6</b>	<b>27,5</b>	<b>26,4</b>
Intérêts minoritaires	-0,5	-0,5	-0,9	-1,6	-1,7
<b>Part du groupe</b>	<b>42,7</b>	<b>42,7</b>	<b>32,7</b>	<b>25,9</b>	<b>24,7</b>

# Entretien avec le Président



François Feuillet  
Président Directeur Général

*Nos marges de progression restent importantes dans de nombreux pays et sur plusieurs segments de marché.*

**+12% en 2005, la croissance, ça paraît facile pour Trigano !**

C'est grâce à l'acquisition que nous avons réalisée en Allemagne que le taux de croissance est à deux chiffres cette année. La croissance organique de nos ventes a été inférieure à notre objectif, même si la demande pour les véhicules de loisirs en Europe, et en particulier pour les camping-cars, a encore fortement progressé cette année. Les belles performances que nous avons enregistrées dans le domaine des caravanes et des remorques n'ont pas réussi à compenser le recul de notre activité équipement de jardin, confrontée à une concurrence de produits en provenance du sud-est asiatique, et des ventes moins bonnes que prévu en camping-cars haut de gamme et en accessoires pour véhicules de loisirs.

**Concrètement, qu'apporte l'acquisition réalisée en Allemagne ?**

Les impacts positifs que nous avons pu valider dès à présent sont nombreux et très importants. Tout d'abord, Trigano améliore sa position sur le 1er marché européen du camping-car et dispose d'un accès à des concessionnaires de taille plus importante pour tous ses véhicules de loisirs.

Ensuite, nos capacités de production de camping-cars haut de gamme sont fortement augmentées et Eura-Mobil, grâce à sa maîtrise des technologies de fabrication des intégraux, va nous permettre d'enrichir l'offre de nos marques généralistes. C'est en fait l'ensemble de notre activité véhicules de loisirs qui bénéficiera de la mise en œuvre de nouvelles synergies.

### **Quels ont été les impacts de cette acquisition sur les comptes 2005 ?**

Nous avons investi environ 40 M€ pour le rachat des titres, de l'immobilier et le remboursement des dettes financières. Compte tenu de sa qualité, la structure financière de Trigano n'a pas été impactée de façon importante : le gearing en fin d'exercice n'est que de 20 %.

Au niveau du compte de résultat, l'apport de chiffre d'affaires sur sept mois a été de 47 M€ et la mise en œuvre de synergies d'achat pour un montant supérieur à nos attentes a permis de dégager un résultat net légèrement positif.

### **Quels sont vos objectifs pour 2006 ?**

Nous avons communiqué une prévision de chiffre d'affaires de 870 M€ pour le prochain exercice incluant une hypothèse de croissance organique des ventes de véhicules de loisirs de l'ordre de 6 %. Je pense que cet objectif pourrait être dépassé, compte tenu du bon niveau de nos carnets de commandes de camping-cars et du redémarrage des ventes d'accessoires.

La rentabilité devrait également progresser pour atteindre 10,2 % du chiffre d'affaires, grâce notamment à l'intensification de nos actions de réduction des prix d'achats.

### **Comment envisagez-vous le développement futur de votre groupe ?**

Trigano ne se contentera pas de se laisser porter par la croissance naturelle du marché du camping-car en Europe : nos marges de progression restent importantes dans de nombreux pays et sur plusieurs segments de marché.

Nous continuerons à privilégier une vision à long terme basée d'une part, sur le développement de relations durables avec des réseaux de distributeurs qui seront densifiés pays par pays et d'autre part, sur la recherche pour nos produits du meilleur rapport équipement/prix qui implique l'amélioration permanente de la productivité et des prix d'achats.

Enfin, nous poursuivrons de manière active notre politique d'acquisitions dans le domaine des véhicules de loisirs, des accessoires et de la remorque, politique qui a prouvé sa pertinence puisque 45% du chiffre d'affaires de Trigano est réalisé par des entreprises acquises au cours des dix dernières années.

## La constitution d'un groupe leader européen

### Véhicules de loisirs :

- 1998 : Autostar (F)
- 1999 : Auto-Trail (UK)  
Caravans International (I)
- 2001 : La Mancelle (F)  
Arts et Bois (F)  
Arca (I)
- 2002 : Benimar (E)
- 2004 : Périgord VDL (F)
- 2005 : Eura-Mobil (D)  
Karmann-Mobil (D)  
DRM (D)

### Accessoires de VDL

- 1999 : Clairval (F)
- 2000 : HTD (F)
- 2002 : CMC Distribution (F)  
ET Riddiough (UK)
- 2005 : Camping-Profi (D)

### Remorques

- 1997 : Maître Equipement (F)  
ECIM (F)
- 2004 : Mecanorem (F)

## Un savoir faire avéré en matière de croissance externe

Trigano a conduit depuis plusieurs années une politique active d'acquisitions ciblée sur les secteurs des véhicules de loisirs et de la remorque. Sa position d'acteur majeur en Europe est notamment le fruit de cette politique : **45 % du chiffre d'affaires réalisé en 2005 provient d'entreprises acquises au cours des dix dernières années.**

S'appuyant sur un suivi régulier et systématique des cibles potentielles, Trigano s'est fixé des règles précises pour intégrer de nouvelles unités :

- l'entreprise acquise doit exercer son activité dans le domaine des véhicules de loisirs ou de la remorque et être connue de Trigano depuis plusieurs années,
- l'équipe de management locale doit être capable de diriger l'entreprise cible, même en cas de départ de l'ancien propriétaire,
- des synergies commerciales, industrielles ou d'achats avec les autres business units de Trigano doivent être identifiées et pouvoir être évaluées de façon précise,
- le prix doit être raisonnable afin de permettre un retour rapide sur investissement.

L'organisation décentralisée de Trigano permet aux entreprises qui rejoignent le groupe de conserver leur identité et de s'enrichir de l'expérience de leurs sociétés sœurs, notamment au travers des organisations transversales (Comité Camping-cars et Comité Remorques).





# Une acquisition majeure



Trigano a acquis le 1er février 2005 l'intégralité du capital des sociétés EURA-MOBIL, KARMANN-MOBIL, CAMPING-PROFI et DRM ainsi que les actifs immobiliers correspondants.

Cette acquisition renforce le dispositif de Trigano dans trois domaines :

## CAMPING-CAR

- Usine de 40.000 m<sup>2</sup>, sur 137.000 m<sup>2</sup> de terrain situé à Spremlingen, près de Francfort ;
- deux marques EURA-MOBIL et KARMANN-MOBIL ;
- 1.750 camping-cars vendus en 2004 ;
- CA 2004 : 70 M€ ;
- 330 employés.

## ACCESSOIRES POUR VDL

- Entrepôt de 2.700 m<sup>2</sup>, sur 10.000 m<sup>2</sup> de terrain situé à Bergau, près de Nuremberg ;
- marque CAMPING-PROFI ;
- n° 3 allemand ;
- CA 2004 : 10 M€ ;
- 27 employés.

## LOCATION DE CAMPING-CARS

- 4 stations de départ en propre, ainsi que quelques franchisés ;
- marque DRM ;
- n° 1 allemand ;
- CA 2004 : 4 M€ ;
- 15 employés.

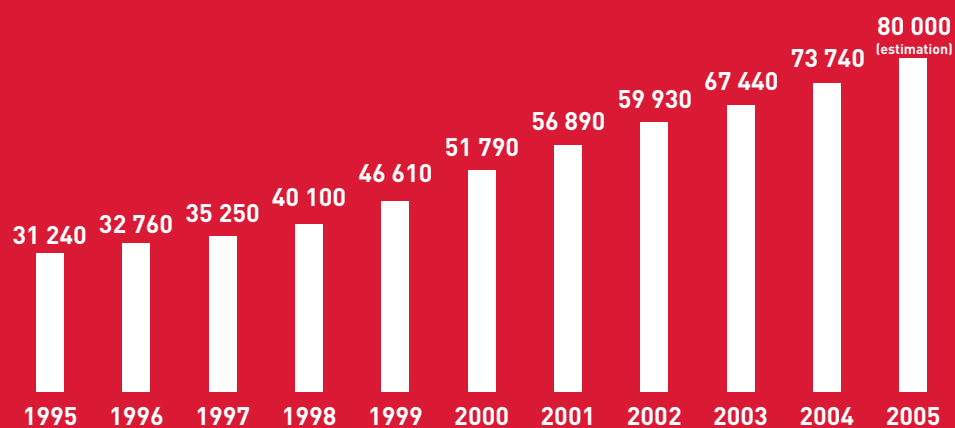
Cet ensemble apporte à TRIGANO une véritable expertise de la construction des camping-cars haut de gamme, des capacités de production supplémentaires, l'accès à de nouveaux réseaux de distribution en Allemagne et augmente sa puissance d'achat de composants et d'accessoires.



# Les loisirs actifs

## Immatriculations de camping-cars en Europe

+ 9,9 % de progression annuelle moyenne entre 1995 et 2005



# Le marché des loisirs actifs

## Un marché durablement porteur

Porté par des évolutions sociologiques et économiques de fond, le marché des loisirs actifs et de ses équipements, notamment celui des véhicules de loisirs, connaît un développement fort et régulier en Europe depuis plus d'une dizaine d'années.

Trigano, numéro un européen du camping-car, bénéficie de cette dynamique et anticipe un maintien de son rythme de croissance pour les prochaines années.

## Une clientèle qui profite de ses revenus

Les « middle-age », cœur de cible de Trigano, ont entre 55 et 65 ans. Leur nombre ira croissant jusqu'en 2015, dans la plupart des pays européens.

Ils disposent de revenus confortables souvent plus importants que ceux des autres classes d'âge, et sont en bonne santé.

Consommateurs éclairés, ils dépensent volontiers et profitent pleinement de leurs ressources.

## La dynamique d'une minorité

A côté des adeptes du tourisme traditionnel (voyages organisés, locations, hôtels), une minorité, plutôt non conformiste, privilégie la liberté de mouvement et préfère partir hors saison, à la découverte du patrimoine culturel, naturel ou gastronomique.

Outils de liberté, les véhicules de loisirs leur apportent une réponse pour partir plus souvent.

## Des besoins diversifiés

En fonction de leur personnalité, les « middle-age » peuvent choisir la liberté totale avec le camping-car ou l'accès aux équipements de l'hôtellerie de plein air avec la caravane ou la résidence mobile. Bien que les produits évoluent régulièrement pour répondre aux besoins de confort croissants de la clientèle, les constructeurs se sont attachés depuis plusieurs années à réduire régulièrement les prix de leurs véhicules afin d'en permettre l'accès au plus grand nombre. La poursuite de cette politique alliée à la croissance démographique de la clientèle promet au marché des véhicules de loisirs une expansion importante et continue pour de nombreuses années.



*Santé, forme physique et niveau de revenus des « middle-age » sont des facteurs de développement du marché des véhicules de loisirs.*

# Les véhicules de loisirs

## 86,1 % du chiffre d'affaires

La force de TRIGANO réside dans la qualité de ses réseaux de distribution.

Année après année, une relation de fidélité réciproque s'est établie, permettant une grande stabilité du maillage commercial. Clients, concessionnaires et constructeurs se retrouvent dans ce partenariat gagnant-gagnant où les repères sont tracés avec constance.

L'intégration d'EURA-MOBIL permettra de renforcer encore le dispositif commercial, notamment en Allemagne.

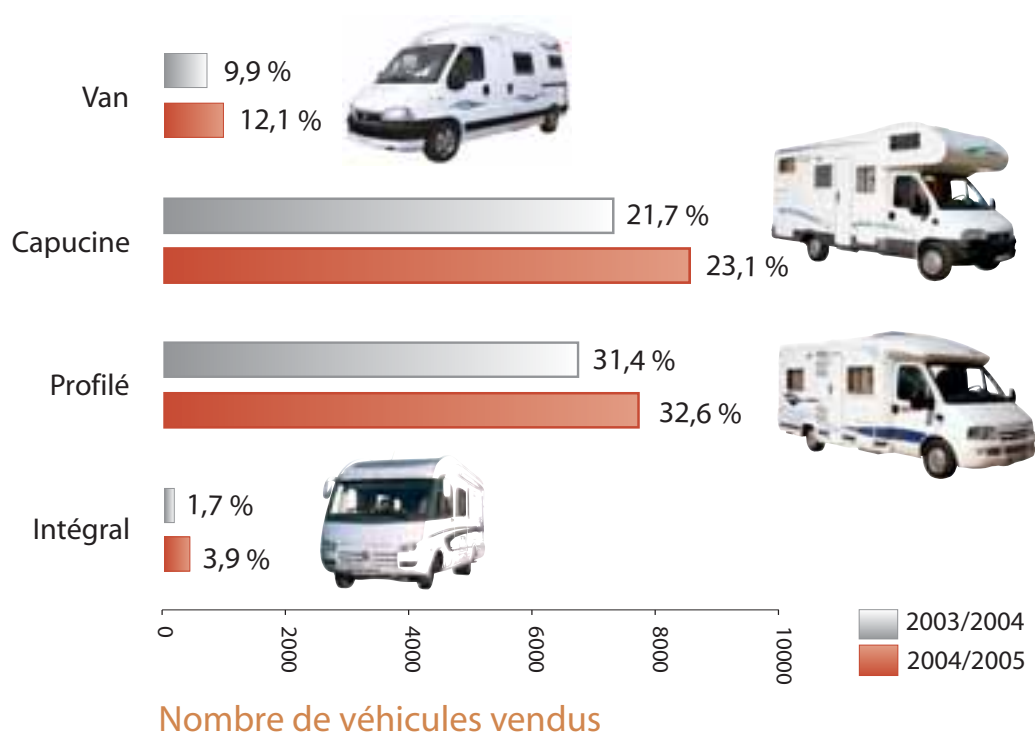
## Ventes par types de produits

en M€	2005	2004	Variation (en %)
Camping-cars	522,0	456,5	+ 14,4
Caravanes tourisme	58,1	53,2	+ 9,2
Caravanes habitation	9,6	11,5	- 16,5
Résidences mobiles	8,4	9,7	- 13,4
<b>Total véhicules</b>	<b>598,1</b>	<b>530,9</b>	<b>+ 12,7</b>
Accessoires pour VDL	71,6	65,6	+ 9,3
Autres	6,4	3,7	ns
<b>TOTAL VDL</b>	<b>676,1</b>	<b>600,2</b>	<b>+ 12,8</b>

## Le camping-car : 66,4 % du CA consolidé

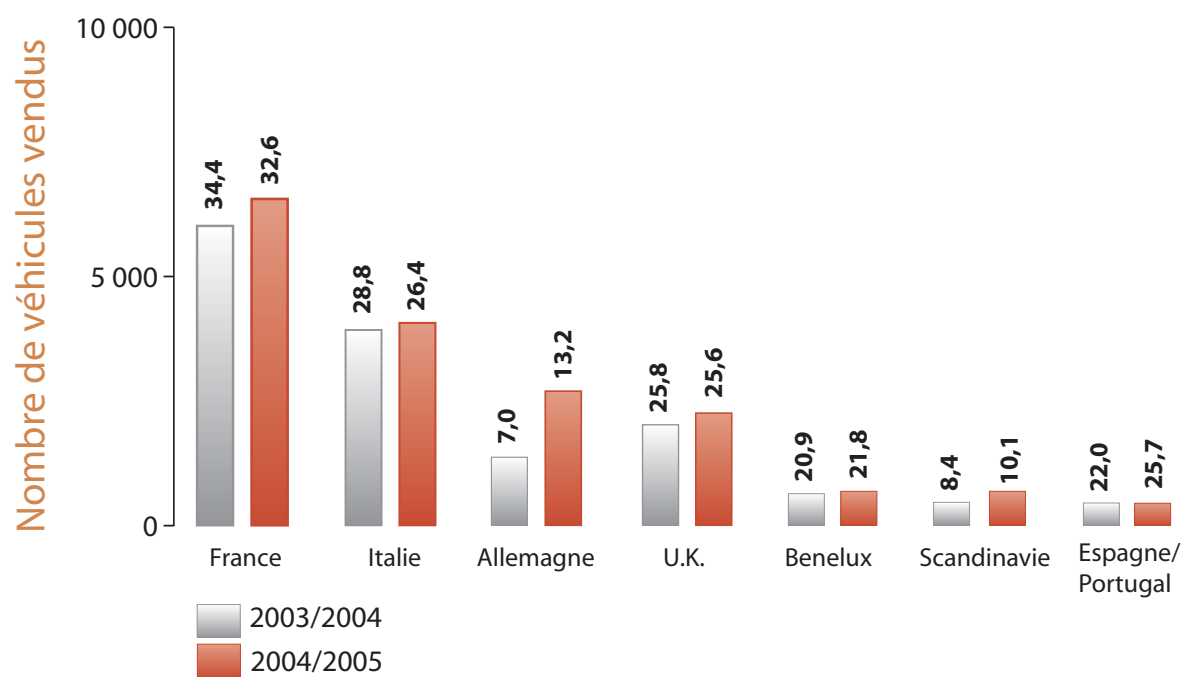
Grâce à l'intégration des sociétés EURA-MOBIL et KARMANN-MOBIL, TRIGANO a atteint une part de marché de 22,3 % en Europe. Le groupe bénéficie de positions fortes dans les pays où ses usines sont implantées et progresse en Allemagne et en Europe du Nord. Le potentiel de croissance de Trigano reste important notamment sur les segments du van et de l'intégral ainsi que dans le camping-car d'entrée de gamme.

## Parts de marché par segments (en %)





## Parts de marché par pays (en %)



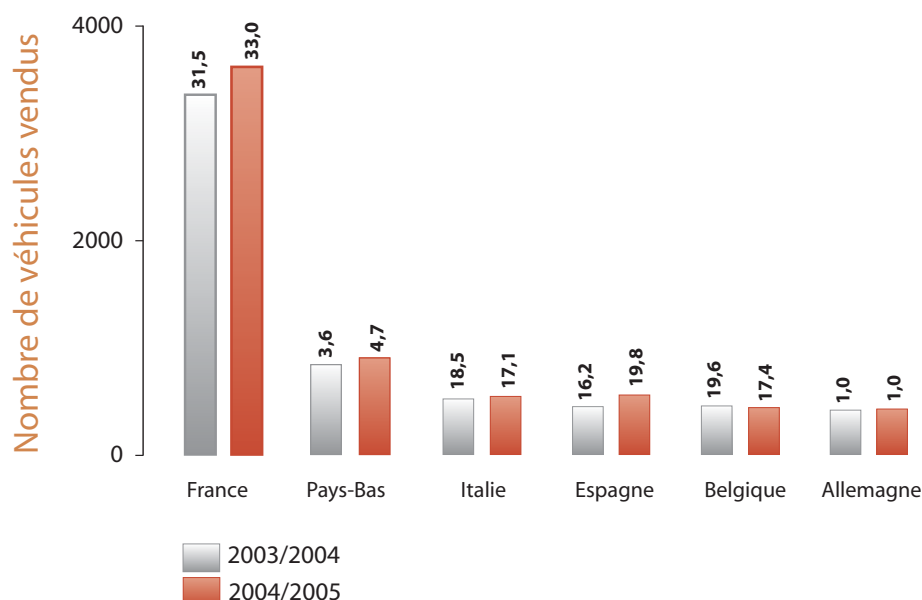
# Les véhicules de loisirs

## La caravane : 8,6 % du CA consolidé

Présentant de nombreuses synergies avec le camping-car (composants communs, mêmes techniques de fabrication, identité des réseaux de distribution), la caravane est un produit stratégique pour TRIGANO.

En 2004/2005, le marché s'est stabilisé à un niveau élevé : 121 000 caravanes ont été immatriculées en Europe. TRIGANO a bien tiré son épingle du jeu et gagné des parts de marché en commercialisant 7.150 véhicules (+ 8,3%).

## Parts de marché par pays (en %)



## Les accessoires et pièces détachées : 9,1 % du CA consolidé

Le marché de l'accessoire a été relativement atone sur l'ensemble des pays européens. Grâce à l'acquisition de CAMPING-PROFI (n°3 allemand), TRIGANO a conforté sa position de leader en étant présent sur les trois principaux marchés (France, Grande-Bretagne et Allemagne).

## La résidence mobile : 1,1 % de CA consolidé

Dans un marché toujours très concurrentiel, TRIGANO a réussi à progresser en commercialisant près de 800 unités malgré les difficultés que rencontrent les gestionnaires de terrains de camping pour trouver les financements nécessaires à l'acquisition de produits locatifs.

## Les services : 0,8 % du CA consolidé.

Des offres de location et de financement complètent le dispositif commercial de TRIGANO.

- **TROIS SOLEILS**, partenaire de Hertz et **DRM**, disposent d'une flotte de location de 850 camping-cars au départ de nombreuses villes de France, d'Allemagne, d'Italie et d'Espagne.
- **LOISIRS FINANCE**, propose aux particuliers et aux professionnels un éventail complet de produits de financement adaptés aux véhicules de loisirs. La production de crédits en 2005 a été supérieure à 100 millions d'euros et l'encours financé a atteint 207 millions d'euros.
- **MISTERCAMP**, par l'intermédiaire de son site internet vend des séjours locatifs en résidences mobiles dans plusieurs pays d'Europe.

# L'équipement des loisirs

13,9 % du chiffre d'affaires

TRIGANO a développé des compétences lui permettant d'être un partenaire privilégié de la grande distribution en Europe :

- Maîtrise de la logistique : livraison sur entrepôt, au magasin ou au particulier.
- Outils d'aide à la vente : gestion de réassort, solutions de merchandising, possibilité de reprise des invendus.
- Modularité de l'offre : livraison en kit à monter par le distributeur ou par le consommateur, possibilité de montage en usine.

## Ventes par types de produits

en M€	2005	2004	Variation (en %)
Remorques	62,7	48,3	+ 29,6 %
Matériel de camping	11,7	14,8	- 20,9 %
Equipement du jardin	34,2	37,2	- 8,0 %
Autres	1,0	1,2	NS
<b>TOTAL EDL</b>	<b>109,6</b>	<b>101,5</b>	<b>+ 8,0 %</b>

## La remorque : 8,0 % du CA consolidé

Grâce au bon niveau de la demande à la fois pour les remorques professionnelles et pour les produits de loisirs, le chiffre d'affaires a progressé de 10,6 % à périmètre constant. TRIGANO a vendu en 2005 93.600 remorques dont 5.600 par l'intermédiaire de MECANOREM, société acquise fin août 2004. L'extension de l'unité de production polonaise et le succès du nouveau concept de remorques modulaires Polytrail permettent d'envisager d'approcher les 100.000 véhicules en 2006.

## Le matériel de camping : 1,5 % du CA consolidé

L'activité historique de TRIGANO n'est aujourd'hui plus qu'un « side business ». La baisse du chiffre d'affaires en 2005 est liée à l'absence de marché de tentes militaires. Les unités de fabrication intègrent progressivement la production de composants, d'accessoires, ou même de véhicules de loisirs.

## L'équipement de jardin : 4,4 % du CA consolidé

La faiblesse de la consommation des ménages et la pression concurrentielle de produits en provenance du Sud-Est asiatique ont à nouveau pesé sur les ventes de cette activité.

Une restructuration importante des business units françaises accompagnera l'aménagement de l'offre commerciale en 2006 afin d'adapter la structure de coûts au niveau d'activité.



# Gouvernement d'entreprise



Michel Freiche

François Feuillet

Marie-Hélène Feuillet

Jean Legrand

## Organisation des décisions

Les décisions de gestion sont prises par la direction générale constituée en comité de direction.

**Ce comité de direction est composé de :**

- François Feuillet, Directeur Général
- Michel Freiche, Directeur Général Adjoint : finances et systèmes d'information
- Marie-Hélène Feuillet, Directeur Général Adjoint : juridique, ressources humaines, assurances, environnement et immobilier
- Jean Legrand, Directeur du développement industriel : production, amélioration permanente, achats, benchmarkings

Le comité de direction est étendu pour chacune des deux activités (VDL et EDL) à des responsables de business units.

Un comité exécutif composé de 18 membres est réuni avant la prise de décisions importantes et à portée générale pour Trigano.

## Conseil d'administration

Il est composé de cinq membres :

**Deux représentants de l'actionnaire majoritaire**

- François Feuillet, 57 ans, HEC, dirige Trigano depuis 1981 après une expérience d'audit (KPMG), de direction financière et de direction générale (groupe Singer et Compagnie Française du Meuble).
- Marie-Hélène Feuillet, 56 ans, HECJF, a rejoint Trigano en 1994 après une carrière bancaire au sein du groupe Banques Populaires.

## Trois administrateurs indépendants

- Jean Ducroux, 62 ans, IEP, MBA de l'université du Minnesota, dirige Electra société spécialisée dans la "private equity" après un début de carrière dans le monde bancaire.
- François Baleyrier, 61 ans, HEC, a effectué sa carrière dans des fonctions financières en France et à l'étranger dans le secteur des travaux publics (Entrepose et Bachyl).
- Michel Barbier, 72 ans, ingénieur, a effectué sa carrière dans les fonctions techniques au sein des sociétés Allis Chalmers, Singer et Skis Rossignol, avant de diriger Trigano VDL de 1987 à 1999.

## Deux comités ont été institués :

- Rémunérations et nominations
- Comptes et audit

auxquels ne participent pas les deux administrateurs représentant l'actionnaire majoritaire.

Les membres de ces comités ont la possibilité de contacter directement les responsables opérationnels de Trigano.

## Contrôle interne

Un système de reporting mensuel permet aux organes de direction de disposer d'une connaissance approfondie et permanente de l'évolution de l'exploitation de chacune des business units.

Des procédures visant à la protection des actifs sont formalisées et régulièrement auditées et contrôlées.

Afin d'améliorer encore le contrôle interne, les équipes d'audit et de contrôle de gestion ont été renforcées en 2005.



# De belles perspectives

La solidité des fondamentaux du marché des loisirs actifs et la qualité des liens construits année après année avec ses réseaux de distributeurs permettent à Trigano d'inscrire sa stratégie dans une optique à long terme.

Une étape décisive du plan de développement, qui vise à occuper de façon homogène le marché européen des véhicules de loisirs, a été franchie cette année par l'acquisition réussie d'un constructeur allemand de camping-cars.

Les programmes d'actions visant à renforcer les positions de Trigano sur les segments de marché où sa performance est insuffisante seront poursuivis dans les prochaines années :

- les capacités de production de camping-cars d'entrée de gamme et de remorques seront augmentées notamment par la montée en puissance de l'usine de Peniscola, le démarrage du site de Sablé sur Sarthe et l'extension de l'unité de Wlostowo,
- des investissements seront réalisés pour permettre une meilleure polyvalence des unités de production,
- le co-développement de produits, notamment pour les camping-cars intégraux, sera intensifié,
- les structures transversales, permettant le développement de synergies, seront complétées par la mise en place d'un Comité Remorques,
- des gains de productivité et des réductions de coûts d'achats seront systématiquement mis en oeuvre,
- des opérations de croissance externe continueront à être recherchées dans le domaine des véhicules de loisirs et des remorques.

Ces programmes d'actions devraient permettre à Trigano à moyen terme de maintenir son rythme de croissance et de réaliser son objectif de gain de marge opérationnelle de 0,3% à 0,5% par an.



Le comité camping-cars définit la politique produit et met en œuvre la stratégie commerciale

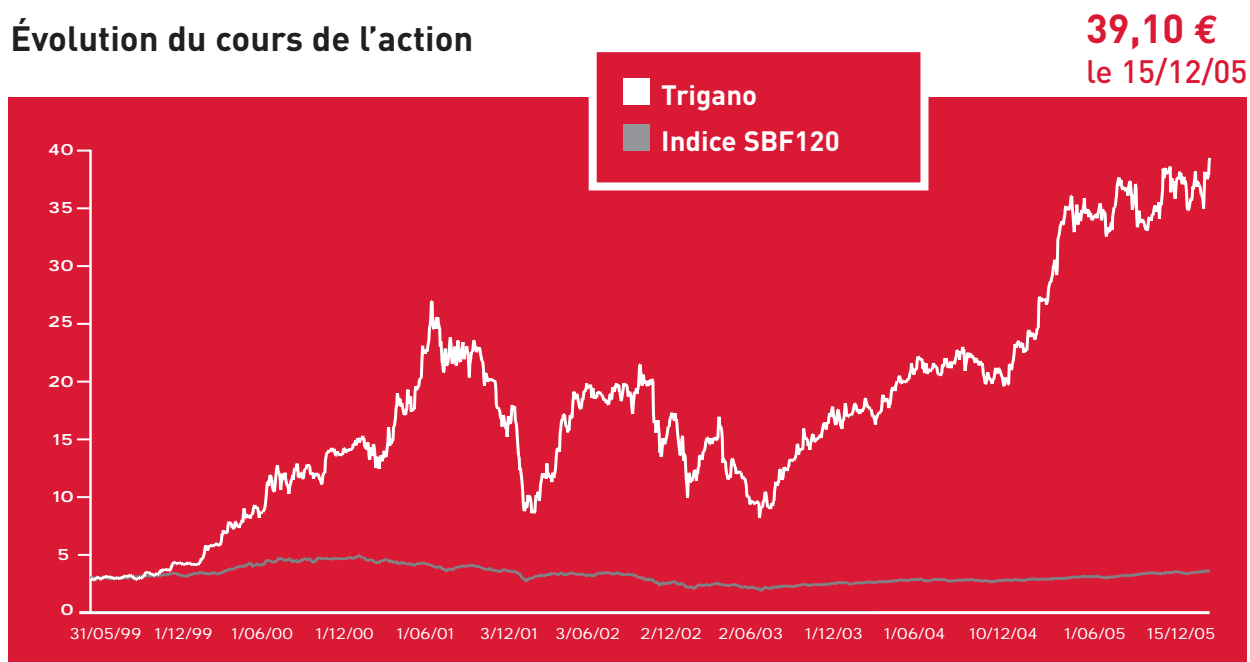
# Carnet de l'actionnaire

## Tableau de bord au 15/12/05

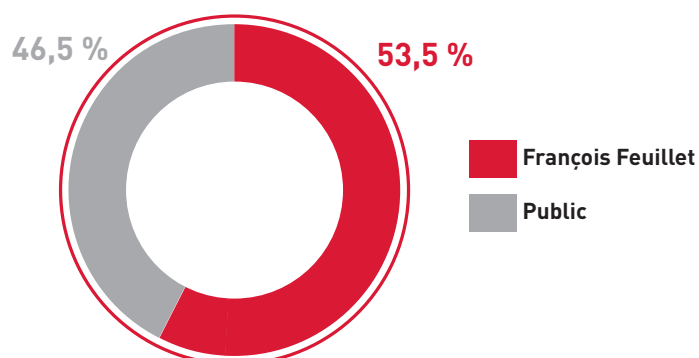
<b>Nombre d'actions*</b>	21 142 740
<b>Cours de l'action</b>	39,10 €
<b>Extrêmes depuis le 01/01/2005</b>	
Plus haut (14/12/2005)	39,49 €
Plus bas (05/01/2005)	29,00 €
<b>Variation depuis le 01/01/2005</b>	
Trigano	+ 28,4 %
CAC 40	+ 22,3 %
<b>Capitalisation boursière</b> (en millions €)	827
<b>Secteur d'activité</b>	Loisirs
équipements de loisirs	
<b>Indice principal</b>	SBF 120
<b>Marché</b>	Eurolist B
<b>Place de cotation</b>	Euronext Paris (France)
<b>Code ou symbole</b>	TRI
<b>Code ISIN</b>	FR0005691656
<b>Eligible PEA / SRD</b>	Oui / Oui
<b>Dernier Coupon</b>	Brut : 0,50 €

\* après élimination des titres d'autocontrôle et attribution d'une action gratuite pour toute action détenue

## Évolution du cours de l'action



## Répartition du capital\*

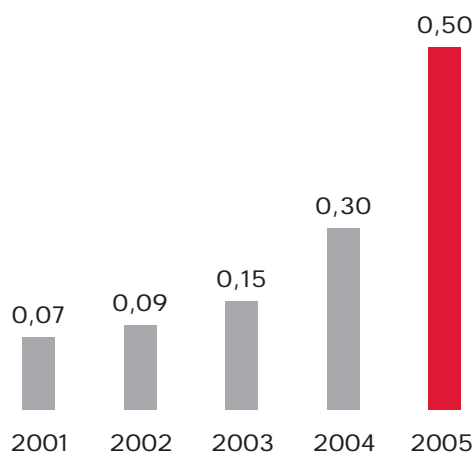


\* après annulation des titres d'autocontrôle

## Évolution des échanges\*\*

Exercice	31/08/2005	31/08/2004	31/08/2003
Total des volumes échangés	6 941 478	6 581 540	6 879 632
Max en €	37,60	22,90	17,75
Min en €	19,38	15,27	7,52

## Évolution du dividende (en €)\*\*



\*\* chiffres retraités pour tenir compte de l'attribution d'une action gratuite pour toute action détenue

## Calendrier prévisionnel 2006\*\*\*

### 9 janvier :

Assemblée générale

Chiffre d'affaires premier trimestre

### 28 mars :

Chiffre d'affaires premier semestre

### 31 mai :

Résultats semestriels

### 27 juin :

Chiffre d'affaires troisième trimestre

### 26 septembre :

Chiffre d'affaires 2005/2006

### 30 novembre :

Comptes annuels 2005/2006

\*\*\* dates indicatives

# TRIGANO

## Véhicules de loisirs

TRIGANO

ARCA

AUTOSTAR

Auto Trail

benimar

challenger

CHAUSSEON

EURA MOBIL

ci

VONT VENDOME

ROLLER TEAM

KARMANN

CARAVELAIR

LA MANCELLE

Sterckeman

RACLET

## Accessoires et services

TRIGANO

Clairval

CMC  
ACCESSOIRES

E.T.R.

EURO ACCESSOIRES

EUROVENT

RULQUIN

TROIS SOLEILS  
Hertz

LOISIRS  
FINANCE

intercamp

DRM

CAMPING-PROFI

## Remorques

ECIM

ERKA

FRANC

MAÎTRE

M

RULQUIN

SOREL

TRELGO

## Matériel de camping & équipement du jardin

TRIGANO

ABAK  
piscines

AMCA

artix

JAMET

PLISSON

RACLET

yardmaster





[www.trigano.fr](http://www.trigano.fr)