

# TRIGANO



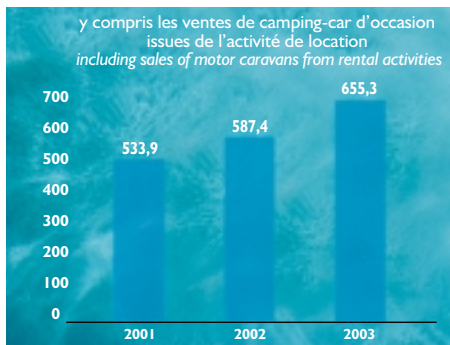
RAPPORT ANNUEL 2003  
2003 ANNUAL REPORT



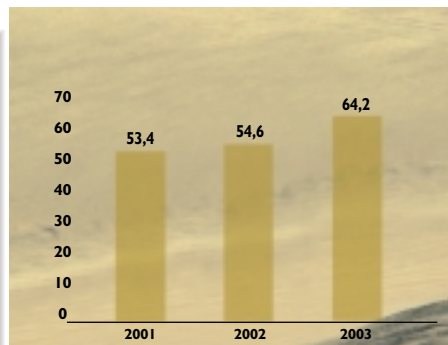
## 2003, une nouvelle année de croissance

*Another year of growth*

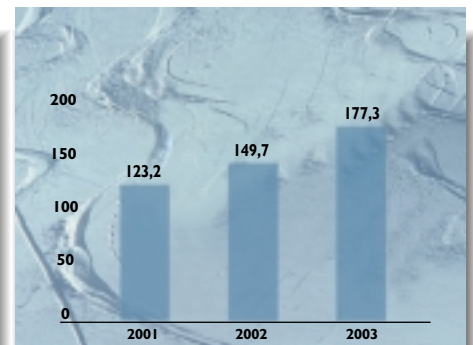
**Chiffre d'affaires (M€)**  
*Sales (M€)*



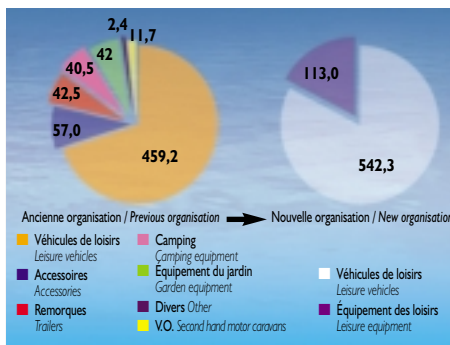
**Résultat d'exploitation (M€)**  
*Operating profit (M€)*



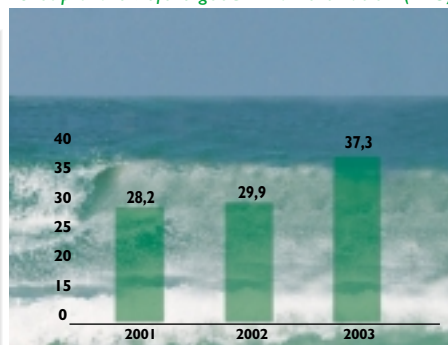
**Fonds propres (M€)**  
*Equity (M€)*



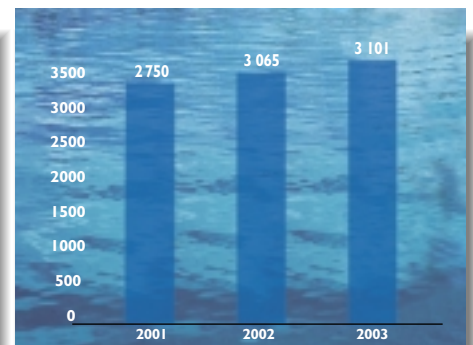
**Chiffre d'affaires par activité (M€)**  
*Sales by activity (M€)*



**Résultat net**  
part du Groupe avant amortissement des écarts d'acquisition (M€)  
*Net income*  
*Group share before goodwill amortization (M€)*

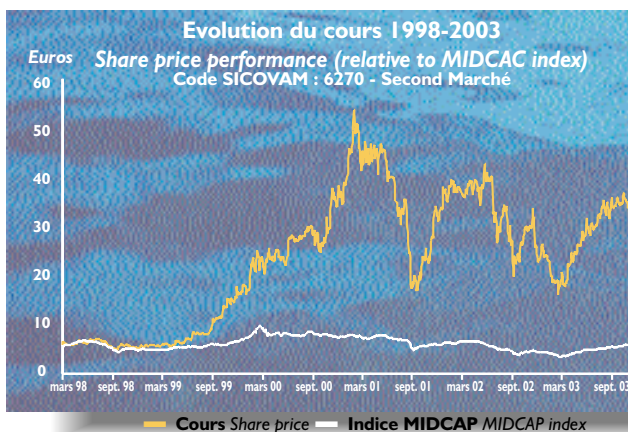


**Effectifs**  
*Workforce*



## Carnet de l'actionnaire

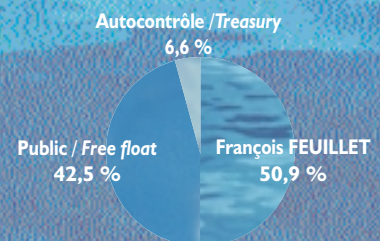
*Shareholder information*



**Evolution du dividende avec avoir fiscal**  
*Dividends paid (including tax credit)*

2001	0,18 €
2002	0,21 €
2003	0,45 €

**Répartition du capital**  
*Breakdown of capital*





# Profil / Profile

## TRIGANO, Industriel et spécialiste de l'équipement des loisirs

*Manufacturer and leisure equipment specialist*

### Une activité principale

#### Les véhicules de loisirs et leurs accessoires :

- Camping-cars
- Caravanes
- Caravanes pliantes toile
- Résidences mobiles
- Accessoires et pièces détachées
- Location de camping-cars
- Financement des véhicules de loisirs

### Une activité complémentaire

#### L'équipement des loisirs :

- Remorques
- Équipement du jardin
- Matériel de camping

### Une logique de distribution

- **Véhicules de loisirs** : vente par réseaux de concessionnaires
- **Équipement des loisirs** : vente en grande distribution, vente aux collectivités

### L'Europe pour territoire

#### Implantation dans 9 pays :

Allemagne, Belgique, Espagne, France, Italie, Pays-Bas, Pologne, Royaume-Uni, Tunisie.

- **22** sites industriels.
- **9** implantations commerciales.
- **3101** salariés dont **986** hors de France.

### Un management multiculturel européen

Les **6 responsables** européens des "business units" de camping-cars

### A core business

#### Leisure vehicles and accessories:

- Motor caravans
- Caravans
- Pop up caravans and trailer tents
- Static caravans
- Accessories and spare parts
- Motor caravan rentals
- Leisure vehicle financing

### A complementary activity

#### Leisure equipment:

- Trailers
- Garden equipment
- Camping equipment

### A distribution strategy

- **Leisure vehicles**: sales through dealer networks
- **Leisure equipment**: wholesale sales, sales to central and local authorities

### European market

#### Operations in 9 countries:

Germany, Belgium, Spain, France, Italy, Netherlands, Poland, UK, Tunisia.

- **22** manufacturing facilities.
- **9** sales offices.
- **3101** employees, of which **986** outside France.

### A multicultural European management

The **six European managers** of the motor caravan business units



FR O. BAILLIARD

Autostar



IT F. BARDUCCI

Trigano S.p.A.  
CI-Roller Team



ES F. ORTIZ

Benimar



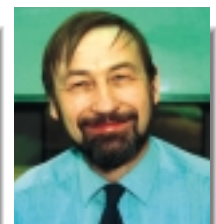
IT M. GUGLIELMINI

Arca



FR J.-P. FASSINOTTI

Trigano VDL  
Chausson-Challenger



GB R. GEE

Auto-Trail





# Entretien avec François Feuillet

## 2002 / 2003 : QUELLES AVANCÉES POUR TRIGANO ?

L'exercice a été marqué par une croissance supérieure à 11 % de notre activité et une amélioration de plus de 25 % de nos résultats. Pourtant le climat économique et politique morose a influé de façon défavorable sur la consommation des ménages, la concurrence des produits manufacturés en provenance du sud-est asiatique s'est renforcée et la Livre Sterling a connu une dévaluation significative par rapport à l'Euro.

Trigano a bénéficié des fondamentaux du marché des véhicules de loisirs durablement porteurs de croissance, des actions commerciales entreprises sur l'ensemble des marchés européens et des programmes d'amélioration de la productivité.

## COMMENT L'ORGANISATION DE TRIGANO S'EST-ELLE ADAPTÉE ?

D'abord Trigano a simplifié son organisation autour de deux activités : d'une part, les véhicules de loisirs qui intègrent tous les produits vendus par l'intermédiaire des réseaux de concessionnaires et, d'autre part, l'équipement des loisirs qui regroupe les remorques, les équipements de jardin et le matériel de camping.

Ensuite, afin d'accompagner les évolutions du marché européen, il faut être réactif et proche de ce marché. La gestion décentralisée en "business units", que Trigano maîtrise depuis de nombreuses années, permet d'atteindre ces objectifs.

S'appuyant sur des responsables opérationnels de la même nationalité que leur "business unit", Trigano favorise la mise en œuvre de transversalités

**Notre organisation  
doit nous permettre  
de faire  
la course en tête**

dans de nombreux domaines : achats, coordination commerciale, développement produits, ...

Notre organisation doit nous permettre de faire la course en tête en transformant une "Entreprise française avec des filiales européennes" en une "Entreprise multiculturelle européenne".

## LA POLITIQUE INDUSTRIELLE VA-T-ELLE ÉVOLUER ?

Trigano dispose d'unités de production de véhicules de loisirs dans les 4 pays européens qui constituent les marchés principaux, l'Allemagne exceptée. Trigano doit capitaliser sur cet acquis et éventuellement le compléter.

Par ailleurs, Trigano continuera à intégrer des activités de fabrication de composants, soit dans les usines, aujourd'hui orientées vers la production d'équipements des loisirs, soit dans des ateliers créés dans des pays à faible taux de main-d'œuvre. Enfin, un renforcement de l'outil de production de remorques est en cours.

## QUELLES PERSPECTIVES POUR TRIGANO ?

La croissance du marché européen des véhicules de loisirs restera durablement forte. Trigano, qui a concentré son organisation et son développement principalement autour des véhicules de loisirs, envisage une progression organique de son chiffre d'affaires de l'ordre de celle qu'elle a connue depuis plusieurs années.

Par ailleurs, l'objectif de progression régulière du résultat d'exploitation, exprimé en pourcentage du chiffre d'affaires, devrait être obtenu grâce à la conjonction de l'effet volume lié à la croissance de l'activité, des résultats du programme d'amélioration permanente et d'une progression de la rentabilité des filiales aujourd'hui en retrait.



François Feuillet  
Président  
Directeur-Général  
President and CEO



# Interview with François Feuillet

## 2002 / 2003: WHAT PROGRESS HAS TRIGANO MADE?

*In 2003, sales rose by 11% while earnings jumped by 25%. These gains were achieved despite a depressed economic and political climate that weighed on household consumption, increased competition from Southeast Asian manufactured products and the British pound's substantial devaluation relative to the euro. Trigano benefited from the long-term growth driving the fundamentals of the leisure vehicles market, and from its sales initiatives undertaken in all European markets and productivity-enhancement programmes.*

## HOW HAS TRIGANO'S ORGANISATION ADAPTED?

*First, Trigano streamlined its organisation around two activities: leisure vehicles, integrating all products sold through the dealer networks, on the one hand and leisure equipment, including trailers, garden and camping equipment, on the other.*

*Secondly, to keep abreast of changes in the European market, the company must keep its ear to the ground and be responsive. Trigano has achieved these objectives over the years by effectively managing decentralised business units.*

**Our company  
organisation  
must enable us to be  
the leader**

*Trigano employs managers who have the same nationality as the respective business units, while at the same time favouring the implementation of cross company programmes in several areas: procurement, sales co-ordination, product development, etc.*

*Our company organisation must enable us to be the leader by transforming a "French company with European subsidiaries" into a "multicultural European company."*

## WILL THE MANUFACTURING STRATEGY CHANGE?

*Trigano's leisure vehicle production facilities are located in the four main European markets, with the exception of Germany. Trigano must capitalise on this positioning and seek to enhance it further.*

*In addition, Trigano will continue to integrate components manufacturing in facilities currently equipped to produce leisure equipment or in specialised factories established in low-wage countries.*

*Finally, we are currently upgrading our trailer production facility.*

## WHAT IS THE OUTLOOK FOR TRIGANO?

*The European leisure vehicle market will continue to record strong growth.*

*Trigano, whose company organisation and development is focused mainly on leisure vehicles, expects organic sales growth in line with the experience of recent years.*

*Moreover, the targeted steady growth in the operating margin should be achieved through economies of scale resulting from increased sales, the ongoing improvement programme and the improved profitability of subsidiaries that until now have underperformed.*



# Pour anticiper les évolutions à l'échelle européenne

## Recentrage autour de l'activité véhicules de loisirs qui représente + de 80 % du chiffre d'affaires

- Développement de nouveaux produits pour répondre à l'évolution de la demande : Van - Caravane rigide surbaissée - Terrasses de résidences mobiles
- Amélioration du maillage européen pour rester "au plus près" de chacun des marchés domestiques et répondre localement à leurs besoins :

En 2003, création de :

- **TRIGANO BV** pour commercialiser aux Pays-Bas les véhicules de loisirs

- **TRI MA** en Italie, en coopération avec l'italien Maggiore, spécialiste de la location de camping-cars.

• **Réorientation de sites industriels** (matériel de camping principalement) vers la production de véhicules ou de composants de véhicules de loisirs :

- **Mamers** transformé en 3 ans de site dédié au matériel de camping en unité de production de l'activité véhicules de loisirs (Résidences mobiles, Caravanes surbaissées, Caravanes pliantes toile,

Auvents de caravanes, Pièces polyester pour caravanes et Bornes de service pour camping cars)

- **La Roche de Glun** atelier de travail de la tôle et du tube, fabriquant aujourd'hui des châssis de caravanes et de plus en plus de composants de camping-cars, ...



## Développement d'un programme d'amélioration permanente (POGI)

Amélioration des marges et réduction des coûts :

- Par analyse de l'ensemble des process de fabrication
- Par réduction systématique des temps de production inutiles
- Par remise en cause des procédures administratives.

## Renforcement du contrôle des "business units" décentralisées

Mise progressive aux normes du Groupe des systèmes d'information pour plus de "lisibilité", de rapidité d'analyse, de contrôle et de réactivité :

- Amélioration du reporting et du contrôle de gestion
- Multiplication des transversalités entre unités de production : achats, politique commerciale, développement de produits, etc.



**Mamers**  
**La Roche de Glun**





## To anticipate changes on the european scale



### Refocusing on leisure vehicles, which account for more than 80% of sales

- **New product development** to respond to changing market place demands: Vans, Pop-up caravans, Static caravan terraces
- **Improved European coverage** to stay “in close proximity” to each market and serve needs locally:  
In 2003, creation of:
  - **TRIGANO BV** to sell leisure vehicles in the Netherlands
  - **TRI MA** in Italy, in co-operation with the Italian company Maggiore, which specialises in motor caravan rentals.
- **Reorientation of production facilities** (mainly camping equipment) toward production of vehicles or leisure vehicle components:

**Mamers**  
**La Roche de Glun**

- **Mamers** was transformed in three years from a facility dedicated to camping equipment to a production facility for leisure vehicles (static caravans, pop-up caravans, trailer tents, caravan awnings, polyester parts for motor caravans and motor caravan multifunction service units)
- **La Roche de Glun** production site for iron sheets and tubes, currently manufactures caravan chassis and a growing number of caravan components, etc.

### Development of the permanent on-going improvements (POGI) plan

Improved margins and cost reductions:

- Through analysis of overall production processes
- Through systematic reduction of idle production time
- Through closer scrutiny of administrative procedures

### Greater control over decentralised business units

- Steady upgrading of IT systems to Group norms for greater “readability”, rapid analysis, control and responsiveness
- Improved reporting and management control
- Increased use of company-wide functions at production units: procurement, commercial policies, product development, etc.



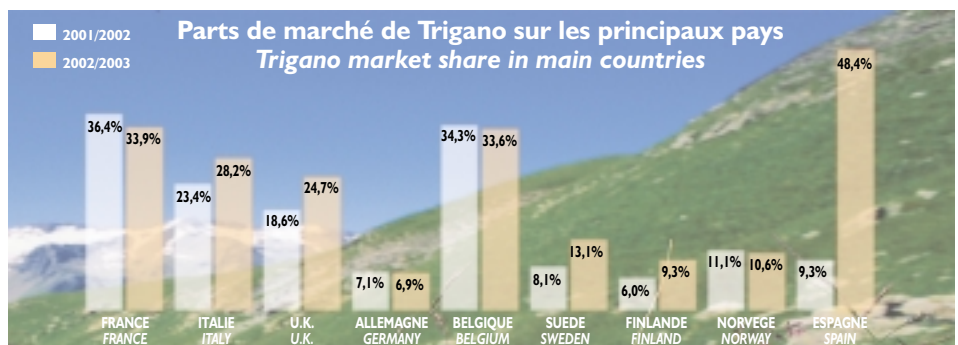
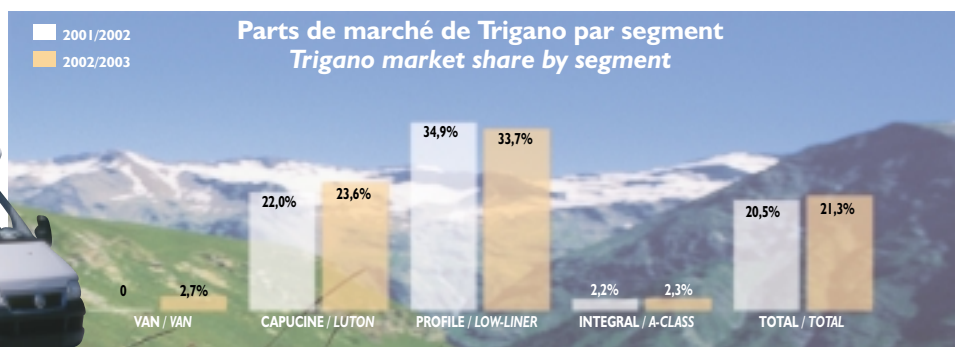
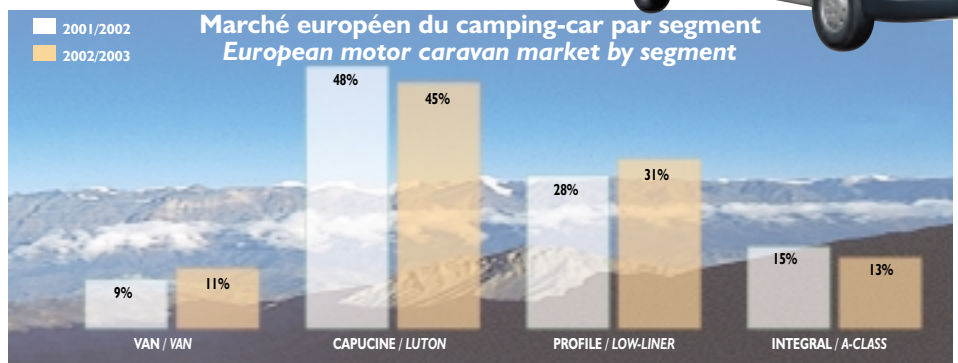


# Le pôle véhicules de loisirs

Véhicules - Accessoires - Activités complémentaires

**Le marché du camping-car confirme sa croissance en Europe.**

**Growth in the European motor caravan market confirmed.**





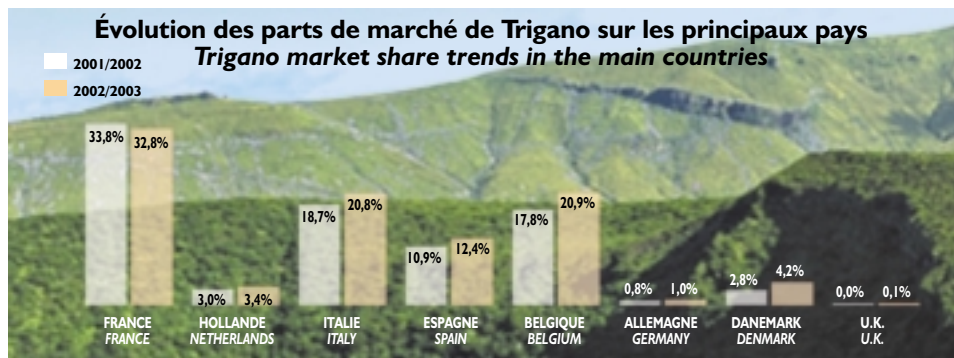


## The leisure vehicles division

Vehicles - Accessories - Complementary activities

**Le marché de la caravane reste important et connaît une croissance forte sur les zones géographiques où Trigano est encore peu présent.**

***The caravan market remains robust and is growing rapidly in geographic areas where Trigano has a limited presence.***





## Le pôle véhicules de loisirs

Véhicules - Accessoires - Activités complémentaires

**S'appuyant sur les fondamentaux durablement porteurs des marchés des véhicules de loisirs, Trigano affirme son leadership en Europe.**

Cette performance est particulièrement liée à la qualité des relations que Trigano a su créer et développer avec un réseau de concessionnaires fidèles et motivés :

- fort en France où le maillage du territoire est dense,
- en développement rapide sur les autres marchés européens à l'exemple de l'Italie, l'Angleterre ou la péninsule ibérique.

D'importants gisements de croissance existent pour Trigano :

- en camping-cars dans l'ensemble de la "mittle Europa".
- en caravanes sur des pays tels que l'Allemagne, la Grande Bretagne ou la Hollande, où le marché est important et les parts de Trigano sont encore faibles.



### OBJECTIFS POUR 2004

**Camping-car :** Couvrir l'ensemble du marché en complétant l'offre produits et en intensifiant les actions commerciales.

**Caravane :** Progresser sur les marchés majeurs grâce à de nouveaux produits en s'appuyant sur les implantations locales de Trigano pour dynamiser les ventes.

**Résidence mobile :** Participer activement à la structuration du marché à travers une offre enrichie, des prix compétitifs et une gamme d'accessoires attrayante.

**Accessoires de véhicules de loisirs :** Poursuivre le développement des ventes en renforçant la présence de Trigano hors de France, notamment par croissance externe.

**Activités complémentaires :** Apporter des services originaux aux clients :

- location de camping-cars en Italie,
- offre combinée pour les gestionnaires de terrains de camping (résidence mobile + financement + garantie de revenus).





## The leisure vehicles division

Vehicles - Accessories - Complementary activities

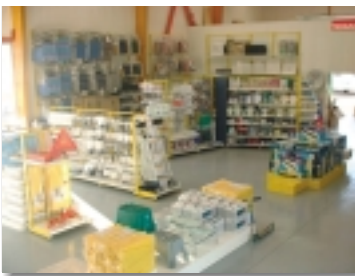
**Trigano maintained its leadership position in the European leisure vehicle market with help from the fundamentals driving its steady growth.**

*This performance is due in large part to the quality of the relationships Trigano has created and fostered with a loyal and motivated dealer network:*

- strong in France, with comprehensive coverage,
- rapidly growing in other European markets such as Italy, the UK, Spain and Portugal.

*Trigano has promising growth avenues:*

- motor caravans for all of Central Europe.
- caravans for countries such as Germany, the UK and the Netherlands, all large markets in which Trigano has relatively small market shares.



### OBJECTIVES FOR 2004

**Motor caravans:** Cover the entire market by rounding out the product range and stepping up sales initiatives.

**Caravans:** Record gains in the major markets through new products, using Trigano's local facilities to boost sales.

**Static caravans:** Actively participate in shaping the market through a broader product range, competitive prices and a range of attractive accessories.

**Leisure vehicle accessories:** Continue to develop sales by strengthening Trigano's presence outside France, notably through acquisitions.



**Complementary activities:** Offer customers original services:

- motor caravan rentals in Italy
- combined offer for campsite managers (static caravan + financing + guaranteed revenues).





# Le pôle équipement des loisirs

Remorques - Matériel de camping

Equipement du jardin

Ce pôle conserve un niveau d'activité stable, avec 113 M€ de Chiffre d'Affaires.

La remorque est en légère progression (47 M€, + 4%) tandis que l'équipement du jardin recule nettement (42 M€, - 6%). Le matériel de camping est stable (22 M€) grâce à d'importants marchés de tentes militaires (8 M€).

Avec des parts de marché importantes, Trigano est un acteur majeur dans chacun de ces secteurs en France.

Les ventes en dehors de l'hexagone ne représentent que 17% du total et devraient progresser grâce à l'intensification des actions commerciales.

## OBJECTIFS POUR 2004

### • Remorques :

- **de loisirs** : Exploiter les gisements de croissance identifiés, notamment à l'export et renforcer l'activité par croissance externe
- **professionnelles** : Profiter du redémarrage des investissements, notamment ceux des sociétés de location, attendu en 2004 en Europe.

### • Matériel de camping :

Poursuivre l'adaptation des sites de production à l'évolution des marchés, dans la perspective d'une baisse des commandes de tentes militaires en 2004.

### • Equipement du jardin :

Profiter de la réorganisation des structures et du réaménagement des gammes pour contrer la concurrence asiatique, en capitalisant sur le savoir-faire et la qualité des services reconnus de Trigano.





## The leisure equipment division

Trailers - Camping equipment

Garden equipment

*This division's sales remained stable at €113 million.*

*Sales of trailers rose slightly by 4% to €47 million, while garden equipment sales fell by 6% to €42 million.*

*Camping equipment sales remained stable at €22 million thanks to the robust military tent market (€8 million).*

*With strong market shares, Trigano is a major player in each of these sectors in France.*

*Sales outside France account for only 17% of the total and should increase thanks to the increased focus on sales activities.*



### OBJECTIVES FOR 2004

- **Trailers:**

- **leisure:** exploit growth avenues already identified, in particular exports, and boost sales volume through acquisitions

- **professional:** take advantage of the renewed investment spending expected in 2004 in Europe, notably by rental companies.

- **Camping equipment:**

Continue to adapt the production sites to changing markets, with the prospect of fewer orders for military tents in 2004.

- **Garden equipment:**

Take advantage of the company reorganisation and reconfigured product lines to compete against Asian imports, capitalising on Trigano's know-how and renowned service quality.



# Des moyens techniques et financiers performants

Leader sur ses principaux marchés depuis de nombreuses années, Trigano a développé des unités industrielles performantes qui lui permettent de maintenir sa compétitivité dans la durée. Sa capacité avérée à dégager des résultats et la solidité de sa structure financière l'autorisent à envisager de poursuivre sa politique de croissance externe et notamment de participer activement à la concentration du secteur des véhicules de loisirs en Europe.

## UN OUTIL INDUSTRIEL SOUPLE ET ADAPTABLE



Benimar, le numéro un espagnol  
du camping-car et de la résidence mobile  
*Benimar, number one in Spain*



Auto-Trail, la référence  
du camping-car en Angleterre  
*Auto-Trail, the motor caravan reference in UK*

### Des usines modernes pour une meilleure qualité

Trigano a achevé en 2002 un important programme de mise à niveau de ses sites de production et dispose aujourd'hui d'un outil performant comprenant les deux plus importantes usines de camping-cars en Europe.

### Les "best practices" pour une meilleure performance

Plusieurs unités fabriquent des produits similaires ; l'analyse comparative transversale de la conception et des méthodes de fabrication des principaux sous-ensembles permet d'identifier les meilleures options en termes de prix de revient et de qualité. Les "best practices" ainsi définies sont progressivement généralisées sur l'ensemble des sites concernés.

## UNE STRUCTURE FINANCIÈRE SOLIDE AU SERVICE DE LA CROISSANCE

Des capitaux propres importants :

177,3 M€ (+ 18,5%)

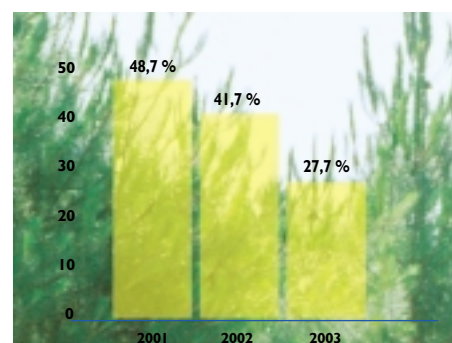
Un endettement faible : gearing de 27,7%

Des besoins d'investissements limités :

10 à 15 M€ par an,

hors création de nouvelles unités.

### Évolution du gearing *Gearing trends*







## Productive technical and financial resources

*Long a leader in its main markets, Trigano has developed productive manufacturing facilities that enable it to maintain its long-term competitive position. The company's recognised capacity to generate results combined with its sound balance sheet enable it to pursue its acquisition strategy, and especially to help shape the industry consolidation in the European leisure vehicle market.*

### A FLEXIBLE AND ADAPTABLE MANUFACTURING BASE

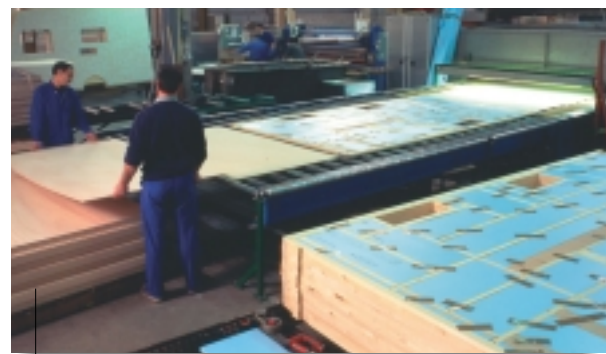
#### *Modern plants for better quality*

*In 2002, Trigano completed a significant improvement programme at its production sites and currently has highly efficient manufacturing facilities that include the two largest motor caravan production plants in Europe.*

#### *Best practices for better performance*

*Several plants manufacture similar products; a company-wide comparative analysis of the design and production methods of the main sub-assemblies makes it possible to identify the best options in terms of price and quality.*

*These best practices are then gradually extended to all facilities.*



Trigano VDL : la plus importante usine européenne de camping-cars et de caravanes  
Trigano VDL: the European biggest leisure vehicle production site

### A HEALTHY BALANCE SHEET UNDERPINNING GROWTH

Ample equity: €177.3 million, up 18.5%. Low debt, with gearing of 27.7%. Limited capital expenditure needs: €10 million to €15 million per annum, excluding creation of new units.



Le comité exécutif lors d'une séance de travail  
The executive committee at work



# Gouvernement d'entreprise et gestion des risques

## Gouvernement d'entreprise

Le Conseil d'Administration est composé de cinq membres et comprend deux représentants de l'actionnaire majoritaire ainsi que deux administrateurs indépendants.

Deux comités se réunissent régulièrement :

- comité d'audit et des comptes
- comité des rémunérations.

## Gestion des risques

La gestion des risques chez Trigano est appréhendée à deux niveaux :

- les risques environnementaux, financiers et juridiques sont traités au niveau de la Direction Générale
- les risques industriels, fournisseurs et clients, sont gérés en principe par les business units.

### Risques d'environnement

Attentif aux impacts de ses activités sur l'environnement, Trigano a réalisé un audit de conformité aux réglementations environnementales de chacun de ses sites de production et de stockage.

Le bilan est globalement satisfaisant, aucun risque majeur n'ayant été détecté.

Un programme d'investissement d'un montant de 1,5 M€ a été décidé afin d'améliorer encore les dispositifs de protection de l'environnement.

Le site de San Gimignano a par ailleurs obtenu la certification ISO 14 000.

### Risques financiers

Trigano est exposé aux risques de change, principalement au Royaume-Uni qui représente 12% de son chiffre d'affaires.

Trigano a pour politique de sécuriser sa marge opérationnelle en couvrant les principaux risques après compensations entre les flux anticipés dans chacune des trois monnaies principales, livre sterling, dollar et yen.

Le risque de liquidité est couvert par le faible taux



d'endettement financier et l'importance des actifs immobiliers sur lesquels aucune garantie n'a été accordée.

### Risques opérationnels

La concentration de plus de 80% des fabrications de véhicules de loisirs sur deux sites de production présente un risque pour Trigano qui recherche des solutions pour en minimiser les conséquences.

Le risque clientèle n'existe pratiquement pas chez Trigano du fait de la dispersion de son réseau de distribution dont aucun des membres ne représente plus de 2% du chiffre d'affaires consolidé.

### Éthique

Trigano s'est toujours attaché à développer son activité sans attribuer d'avantages exorbitants à des intermédiaires, sans financer des organisations politiques ou sans distribuer des rémunérations aux décideurs de marchés.





# Corporate governance and risk management

## Corporate governance

The Board of Directors comprises five members, including two representatives of the majority shareholder and two independent directors.

Two committees meet regularly:

- audit and accounts committee
- compensation committee.

## Risk management

At Trigano, risk management is handled on two levels:

- environmental, financial and legal risks are handled by Executive Management
- operational, supplier and customer risks are typically managed by the business units.

### Environmental risks

Conscious of the environmental impact of its activities, Trigano performed an environmental audit at each of its production sites and warehouses in accordance with applicable regulations.

The overall results were satisfactory, no major risks were discovered. A €1.5 million investment programme was approved to further improve the company's environmental protection measures.

In addition, the San Gimignano facility received ISO 14000 certification.

### Financial risks

Trigano is exposed to foreign exchange risk, mainly in the UK, which accounts for 12% of total sales. Trigano seeks to secure its operating margin by hedging its main risks after allowing for expected cash flows in each of the leading currencies, i.e. the British pound, the dollar and the yen. The liquidity risk is covered by the low level of debt and substantial property assets, which are free of all encumbrances.

### Operational risks

With more than 80% of leisure vehicle production concentrated on two sites, Trigano seeks solutions to minimise the potential consequences of this risk.



Trigano has practically no customer risk, given the geographical diversification of its distribution network, with no single customer accounting for more than 2% of consolidated sales.

### Ethics

Trigano has always sought to grow its business without paying exorbitant perquisites to intermediaries, without financing political organisations and by not making payments to procurement decision-makers.





## 2003/2004

# De belles perspectives

## A favourable outlook

### Porté par les fondamentaux durablement solides des marchés de l'équipement des loisirs...

- réduction du temps de travail
- développement des loisirs actifs
- démographie favorable : les classes d'âge du "baby boom" constituent une clientèle en progression pour plusieurs années, notamment pour le camping-car.

### ... Trigano ambitionne de maintenir son rythme de croissance organique...

- nouveaux produits pour couvrir l'ensemble du marché des véhicules de loisirs
- augmentation des parts de marché dans les pays où les marques de Trigano sont sous représentées.

### ... et de participer activement au développement du secteur des véhicules de loisirs en Europe...

- s'appuyant sur un savoir-faire reconnu en matière de croissance externe
- bénéficiant de synergies d'achats et commerciales importantes
- disposant des moyens financiers nécessaires
- présentant une réelle attractivité pour les managers des sociétés cibles.

### ... tout en améliorant ses résultats et en restant fidèle à ses valeurs.

- objectif de gain de marge opérationnelle : 0,5% par an sur le moyen terme
- organisation décentralisée avec mise en œuvre de transversalités
- éthique.

### Driven by the sound, long-term fundamentals of the leisure equipment market...

- reduced working hours
- development of active leisure past-times
- favourable demographics: the baby boom generations represent a growing clientele for several years, especially for motor caravans.

### ... Trigano plans to maintain its organic growth rates...

- new products to cover all leisure vehicle markets
- increased market share in countries where Trigano brands are underrepresented.

### ... and to help shape the industry consolidation of the leisure vehicles market in Europe...

- using its acknowledged know-how in the area of acquisitions
- benefiting from substantial procurement and sales synergies
- having the necessary financial means
- offering real appeal for the managers of target companies.

### ... while improving earnings and remaining true to its principles...

- objective for improvement in operating margin: 0.5% per annum in the medium term
- decentralised organisation with implementation of company-wide measures
- ethics.





# Sites européens

## European facilities

### VEHICULES DE LOISIRS

#### Constructeurs

##### ARCA 2001 - Camping cars

Via Venezuela 22 - 00040 POMEZIA (ROMA) (I)  
Tél : 39 069 16 081 - Fax : 39 069 16 01247  
www.arcaspa.it

##### AUTOSTAR - Camping cars

ZI du Launay - Saint Brandan - 22800 QUINTIN (F)  
Tél : 33 2 96 79 62 00 - Fax : 33 2 96 74 09 37  
www.autostar.fr

##### AUTO-TRAIL VR Ltd - Camping cars

Trigano House - Genesis Way - Europarc  
GRIMSBY DN37 9TU (UK)  
Tél : 44 1472 571 000 - Fax : 44 1472 571 001  
www.auto-trail.com

##### BENIMAR OCARSA

##### Camping cars, Résidences mobiles

Apto de correos 159 - Carretera Valencia  
Barcelona Km 1041 - 12598 PENISCOLA  
(Castellon) (E)  
Tél : 34 964 47 15 58 - Fax : 34 964 47 54 01  
www.benimar.es

##### CARAVANES LA MANCELLE

##### Caravanes de loisirs, Caravanes surbaissées

Bd Pierre Lefaucheux - CP 70477  
72025 LE MANS (F)  
Tél : 33 2 43 84 58 71 - Fax : 33 2 43 84 55 13  
www.atol.fr/caravanes/

##### RESIDENCES TRIGANO

##### Résidences mobiles

ZI de Grangeneuve - 19 rue Benjamin Moloise  
26800 PORTES LES VALENCE (F)  
Tél : 33 4 75 57 87 40 - Fax : 33 4 75 57 87 31  
www.residences-trigano.com

##### TRIGANO S.p.A.

##### Camping Cars

CUSONA I - 53037 SAN GIMIGNANO (SI) (I)  
Tél : 39 05 77 65 01 - Fax : 39 05 77 65 0330  
www.gruppoci.it

##### TRIGANO VDL

##### Camping cars, Caravanes de loisirs, Caravanes d'habitation

1 avenue de Rochebonne - BP 109  
07300 TOURNON sur Rhône (I)  
Tél : 33 4 75 07 55 00 - Fax : 33 4 75 07 55 58  
www.caravelair.tm.fr - www.sterckeman.tm.fr  
www.challenger.tm.fr - www.chausson.tm.fr

#### Accessoires

##### CLAIRVAL

##### Auvents techniques, Terrasses pour résidences mobiles

ZA Saint Germain de Princay  
85110 CHANTONNAY (F)  
Tél : 33 2 51 94 49 64 - Fax : 33 2 51 94 50 27

##### CMC DISTRIBUTION France

##### Négoce d'accessoires de véhicules de loisirs

ZA 5 rue du Chemin vert - 59710 AVELIN (F)  
Tél : 33 3 28 55 35 40 - Fax : 33 3 28 55 35 48

##### EURO-ACCESSOIRES

##### Négoce d'accessoires de véhicules de loisirs

ZI de Champagne - BP 69  
07300 TOURNON sur Rhône (F)  
Tél : 33 4 75 06 92 92 - Fax : 33 4 75 07 26 14

##### E.T. RIDDIOUGH (Sales) Ltd

##### Négoce d'accessoires de véhicules de loisirs

LODGE MILL - BARDEN LANE  
BURNLEY - LANCS BB 120 DY (UK)  
Tél : 44 1282 434 678 - Fax : 44 1282 412 524  
www.etr.co.uk

##### RULQUIN

##### Négoce d'accessoires de véhicules de loisirs

Rue des Trezelots - 54420 PULNOY (F)  
Tél : 33 3 83 29 05 51 - Fax : 33 3 83 29 05 82

##### TRIGANO SERVICE

##### Vente de pièces détachées de véhicules de loisirs

24 rue Notre Dame  
02360 ROZOY sur Serre (F)  
Tél : 33 3 23 91 33 00 - Fax : 33 3 23 98 52 80

##### Fabrication d'accessoires de véhicules de loisirs

ZI des Renouillères - 1 Allée Rolland Garros  
93360 NEUILLY PLAISANCE (F)  
Tél : 33 1 49 44 61 95 - Fax : 33 1 49 44 61 96

#### Sous-traitants internes

##### ARTS ET BOIS

##### Mobilier de véhicules de loisirs

40 rue des Chênes - BP 4133  
53940 SAINT BERTHEVIN (F)  
Tél : 33 2 43 69 17 71 - Fax : 33 2 43 68 35 11



#### **RACLET**

**Véhicules de loisirs, Tentes de camping,  
Auvents de caravanes**

ZI du Haut Eclair - 72600 MAMERS (F)  
Tél : 33 2 43 31 12 30 - Fax : 33 2 43 31 12 31  
www.raclet.fr

#### **TECHWOOD**

**Mobilier de véhicules de loisirs**

29 route de Lille - 59113 SECLIN (F)  
Tél : 33 3 20 32 38 80 - Fax : 33 3 20 32 06 66

#### **TERRES NEUVES**

**Auvents de caravanes, Pièces en polyester**

Route de la Plage - SOLIMAN (Tunisie)  
Tél : 216 7239 06 78 - Fax : 216 7239 05 85

#### **Commercialisation**

##### **RIVIERA France**

**Camping cars**

15 route de Lunéville - 54300 MARAINVILLIER (F)  
Tél : 33 3 83 42 91 50 - Fax : 33 3 83 42 90 21

##### **TRIGANO Belgium**

**Camping cars, Caravanes**

Vlaamsekaai 61 - 9000 GENT (B)  
Tél : 32 92 23 24 40 - Fax : 32 92 33 42 32

##### **TRIGANO BV**

**Camping cars, Caravanes**

Latensteinerondweg 4-05 - 4005 EH TIEL (NL)  
Tél : 31 0344 63 22 09 - Fax : 31 0344 63 03 38

##### **TRIGANO GmbH**

**Camping cars, Caravanes**

Katzheide 2a - 48231 WARENDORF (D)  
Tél : 49 25 819 27 1830  
Fax : 49 25 819 27 1859

#### **Autres**

##### **LOISIRS FINANCE**

**Financement des distributeurs, des gestionnaires  
de terrain de camping et des particuliers**

2 place Georges Pompidou  
92595 LEVALLOIS PERRET Cedex (F)  
Tél : 33 1 46 39 90 35 - Fax : 33 1 46 39 18 30  
www.loisirs-finance.com

##### **MISTERCAMP**

**Location de séjours**

2, rue Robert Schuman - 44408 REZE Cedex (F)  
Tél : 33 2 51 70 07 07 - Fax : 33 2 51 70 07 08

##### **TRI MA**

**Location de camping cars**

LOC. CUSONA 1  
53037 SAN GIMIGNANO (SI) (I)  
Tél : 39 0577 650 202 - Fax : 39 0577 650 218

#### **TROIS SOLEILS**

**Location de camping cars**

2 route de Paris - BP 15 - 67117 ITTENHEIM (F)  
Tél : 33 3 88 69 17 17 - Fax : 33 3 88 69 11 28  
www.trois-soleils.com

#### **ÉQUIPEMENT DES LOISIRS**

##### **DELWYN ENTERPRISES Ltd**

**Abris de jardin métalliques**

Cahore Road - DRAPERSTOWN Co DERRY  
BT 45 7 AP (UK)  
Tél : 44 28 79 62 8449 - Fax : 44 28 79 62 8670  
www.yardmaster.co.uk

##### **ECIM**

**Remorques professionnelles**

39 avenue Jean Jaurès - 18100 VIERZON (F)  
Tél : 33 2 48 83 20 60 - Fax : 33 2 48 83 20 61  
www.ecim.fr

##### **MAITRE ÉQUIPEMENT**

**Lanternerie et Accessoires pour remorques**

ZI de la Roseraie - Route de Saint Quentin  
80100 MONTDIDIER (F)  
Tél : 33 3 22 78 09 95 - Fax : 33 3 22 78 82 64

##### **PLISSON**

**Matériel technique de camping et Nautisme**

ZI Tavers - 45190 BEAUGENCY (F)  
Tél : 33 2 38 46 33 00 - Fax : 33 2 38 44 03 49  
www.plisson.fr

##### **RULQUIN**

**Remorques**

Rue des Trezelots - 54420 PULNOY (F)  
Tél : 33 3 83 29 05 51 - Fax : 33 3 83 29 05 82

##### **SORELPOL**

**Remorques de loisirs**

UL Bema n° 87 - 01-234 WARSZAWA (Pologne)  
Tél : 48 22 456 87 47 - Fax : 48 22 456 87 48  
www.sorelpol.com

##### **TRIGANO JARDIN**

**Équipement du jardin**

Le Boulay - 41170 CORMENON (F)  
Tél : 33 2 54 73 55 30 - Fax : 33 2 54 80 89 75

ZI Route de Montdidier - BP 61

60121 BRETEUIL sur Noye Cedex (F)  
Tél : 33 3 44 80 06 66 - Fax : 33 3 44 80 07 49

##### **TRIGANO MDC**

**Matériel de camping**

Rue de la Fontaine - 49070 BEAUCOUZE (F)  
Tél : 33 2 41 36 16 24 - Fax : 33 2 41 73 03 25

07300 LAMASTRE (F)

Tél : 33 4 75 06 43 00 - Fax : 33 4 75 06 47 99

ZA La Croix du Marais

26600 LA ROCHE DE GLUN (F)  
Tél : 33 4 75 84 85 00 - Fax : 33 4 75 84 85 01  
www.jamet.tm.fr

##### **TRIGANO REMORQUES**

**Remorques de loisirs**

ZI Les Pointards - 18410 BRINON sur Sauldre (F)  
Tél : 33 2 48 58 58 10 - Fax : 33 2 48 58 58 18

3 rue du Maquis du Nord - 36260 REUILLY (F)

Tél : 33 2 54 49 39 99 - Fax : 33 2 54 49 39 97



**TRIGANO**

**ARCA**

**AUTOSTAR**  
Les camping-cars Passion

**Auto Trail**

**benimar**

**CARAVELAIR**

**challenger**  
CAMPING - CARS

**CHAUSSON**  
CAMPING - CARS

**ci**

**Clairval**

**CMC**  
ACCESSOIRES

**EURO ACCESSOIRES**

**EUROVENT**

**HA** HI - TECH DEVELOPPEMENT

**LOISIRS**  
FINANCE

**LA MANCELLE**

**mistercamp.com**  
La vente en ligne des séjours insolites

**R**  
**RACLET**

**E.T.R.**

**ROLLER TEAM**

**Sterckeman**

**TRIGANO**  
SERVICE

**trio sport**

**TROIS SOLEILS**  
**Hertz**

Equipement des loisirs / Leisure equipment

**TRIGANO**

**ABAK**  
piscines

**AMCA**

**arhtix**

**ECIM**  
EURO CONCEPT D'INTERVENTION MODULAIRE

REMORQUES  
**ERKA**

**FRANC**  
REMORQUES

**JAMET**

**MAÎTRE**  
EQUIPEMENT

**PLISSON**

**RULQUIN**

**SOREL**

REMORQUES  
**TRELGO**

**yardmaster**  
Numéro 1 en Europe

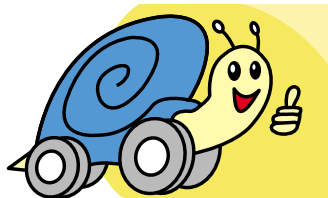


## Internet

---

### Découvrir les véhicules de loisirs

*Discover leisure vehicles*



[www.vehicule-loisirs.com](http://www.vehicule-loisirs.com)

---

### Réserver un séjour en résidence mobile

*Rent a static caravan*



[www.mistercamp.com](http://www.mistercamp.com)

---

### Louer un camping-car

*Rent a motor caravan*



[www.trois-soleils.com](http://www.trois-soleils.com)

---

### Acheter du matériel

*Purchase equipment*



[www.triganostore.com](http://www.triganostore.com)

---

### Le spécialiste de l'équipement des loisirs

*The leisure equipment specialist*



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

---

**TRIGANO**

SA au capital de 45.284.268 € - 722 049 459 RCS Paris

100, rue Petit - 75165 Paris cedex 19

Tél. 01 44 52 16 20 - Fax 01 44 52 16 21

[www.trigano.fr](http://www.trigano.fr) - Email : [contact@trigano.fr](mailto:contact@trigano.fr)