

Conférence de presse annuelle

Exercice **2015**

AGENDA

- 1. Marché global meubles et cuisines 2015**
- 2. Évolution du chiffre d'affaires nobilia 2015**
 - 2.1. **nobilia** Au global
 - 2.2. **nobilia** Marché national
 - 2.3. **nobilia** Exportation
- 3. Groupe d'entreprises nobilia**
- 4. Journées portes ouvertes 2015 et collection 2016**
- 5. Production et investissements**
- 6. Environnement et durabilité**
- 7. Employés et formation**
- 8. Attentes et prévisions 2016**

1. Marché global meubles et cuisines 2015

Dans le contexte d'un salon, il est connu que la branche représente volontiers sa propre situation sous un aspect positif. Indépendamment du fait que ce moment a joué un rôle lors du compte-rendu du salon du meuble de Cologne en janvier 2016, il y a aussi matière à satisfaction lors de la considération objective des chiffres de l'industrie du meuble retenus tout récemment.

Un niveau d'emploi élevé et des intérêts à bas taux ont contribué à une attitude positive du consommateur final dont les fabricants de meubles allemands ont pu profiter. L'association de l'industrie du meuble allemande admet donc, pour l'année 2015, une progression du chiffre d'affaires de 5% env. pour le marché global du meuble. Cette hausse a été marquée par une croissance modérée sur le marché national et par des ventes nettement en hausse sur les marchés d'exportation.

Une tendance similaire est valable pour la bonne marche des affaires du secteur des fabricants de meubles de cuisine. Comme les organisations interprofessionnelles le signalent, les fabricants de meubles de cuisine allemands ont pu profiter de la croissance du marché national portée par la progression du pouvoir d'achat des consommateurs finaux pour les produits de consommation.

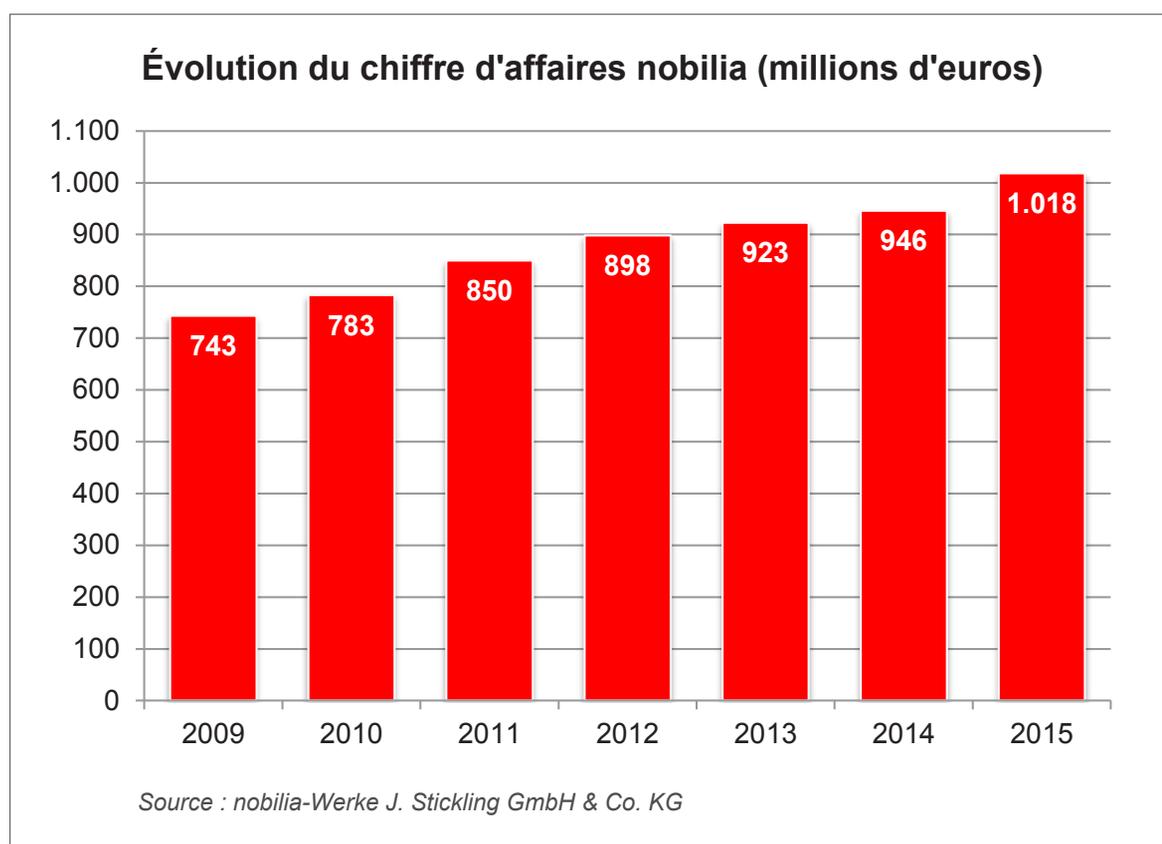
La croissance des activités d'exportation s'étant encore accrue, le taux d'exportation de l'industrie des meubles de cuisine allemande a donc de nouveau progressé. Par conséquent, la branche est en bonne position sur les marchés étrangers et en mesure d'amortir voire de relativiser les fluctuations et les risques de chacun des marchés régionaux.

Selon les annonces les plus récentes des organisations interprofessionnelles, la croissance de l'industrie des meubles de cuisine allemande affichait au total 6,9% à la fin novembre 2015.

2. Évolution du chiffre d'affaires nobilia 2015

2.1. nobilia Au global

Il a été possible pour nobilia, aussi au cours de l'année 2015, de poursuivre la tendance à l'évolution d'une croissance organique à long terme.



Avec un chiffre d'affaires de 1.018,4 millions d'euros en 2015, la barre du milliard a été atteinte pour la première fois et même nettement dépassée. Après un chiffre d'affaires de 946,2 millions d'euros en 2014, la croissance en découlant était de 72,2 millions d'euros – ce qui correspond à 7,6 %. nobilia a donc, pour la 15e fois, maintenue la constance de progression de son chiffre d'affaires. En somme nobilia a, de ce fait et de manière durable, confirmé son excellente position de leader de marché en Allemagne et pu continuer à étendre sa position de force dominante en Europe.

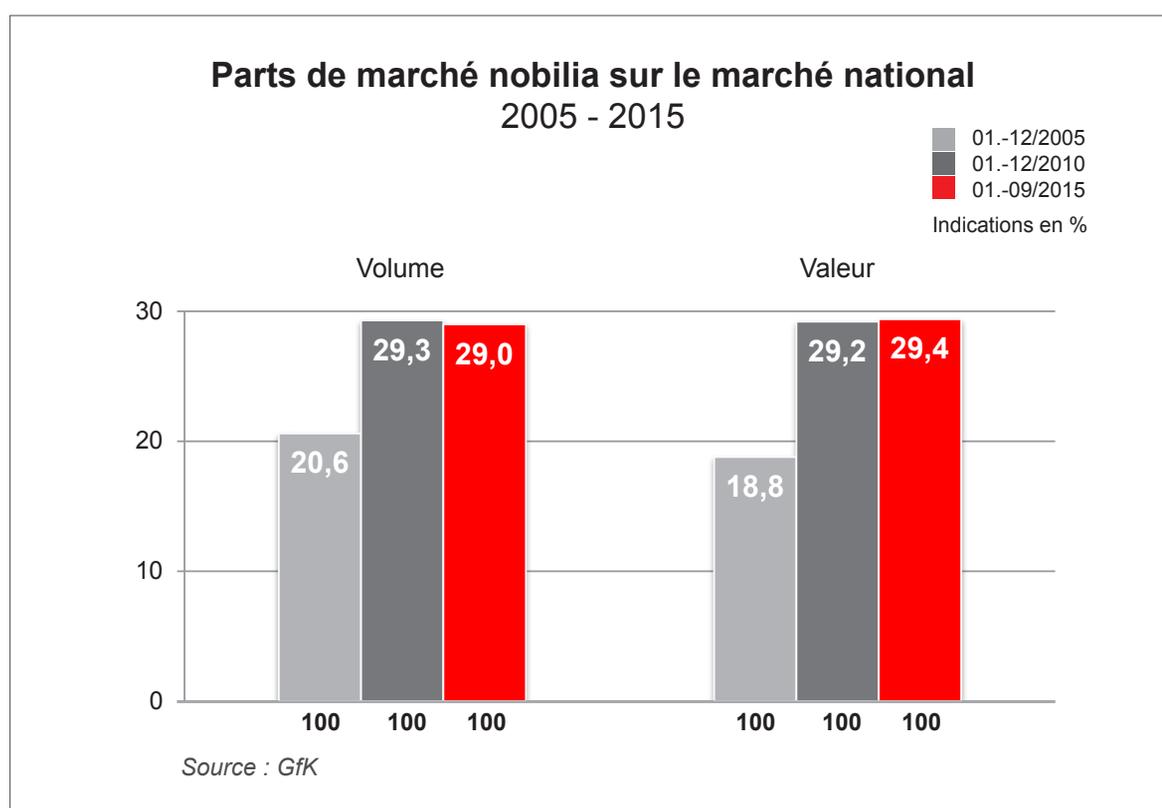
Avec environ 630 000 commandes de cuisines au cours de l'année ou plus de 2 870 commandes par jours ouvrables, un ordre de grandeur jamais atteint jusqu'à ce jour a été réalisé aussi selon les paramètres physiques.

Comme au cours des années précédentes, la hausse du chiffre d'affaires a essentiellement été portée par le commerce des éléments en bois. Par conséquent, la production des éléments en bois a donc aussi augmenté. En 2015, plus de 6,3 millions d'éléments et plus de 1,5 million de plans de travail ont été produits. Les deux usines furent en l'occurrence de nouveau utilisées à plein temps, jusqu'aux limites de leur capacité technique.

La vente des appareils électroménagers a été constante et correspond à quasiment la moitié des commandes. nobilia jouit, dans cette dite commercialisation intégrale, d'une forte position sur le marché national, laquelle a été bâtie tout au long de nombreuses années. Dans les activités d'exportation, la commande à prestataire unique a aussi réussi à convaincre de plus en plus la clientèle étrangère sur le plan des avantages logistiques. Le traitement simple et rapide, le bon rapport prix-performance et la liberté de l'Internet des marques propres proposées s'avèrent être le moteur de ce commerce, aussi à l'étranger. La gamme de marques proposée et le nombre croissant des marques propres ont conduit à ce que le pourcentage des commandes avec appareils électroménagers livrées à l'exportation atteigne entretemps environ le niveau du marché national.

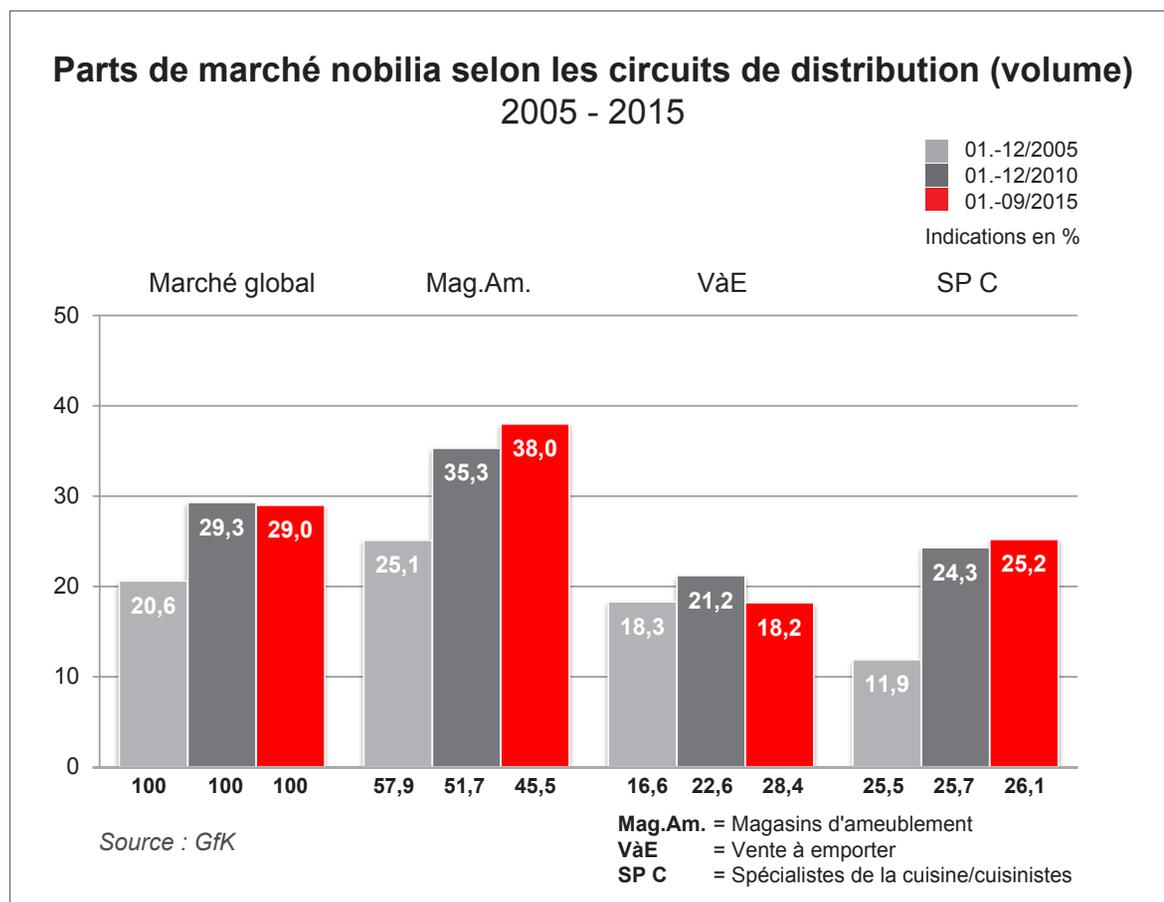
2.2. nobilia Marché national

Avec une valeur de 591,1 millions d'euros en 2015, le chiffre d'affaires national a dépassé les 573,8 millions d'euros de l'année 2014 de 17,3 millions. Avec un taux de croissance de 3,0%, cette évolution correspond à la tendance de la hausse correspondante de la branche. Environ un quart des activités sur le marché national a par conséquent contribué à une croissance absolue de 72,2 millions pour le chiffre d'affaires.



Selon les analyses de l'institut GfK, les parts de marché sur le marché national n'ont pas varié de manière significative par rapport aux années précédentes. Elles s'élèvent, de manière stable, à quasiment 30 % – tant au niveau des volumes qu'au niveau des valeurs. Ceci fait que quasiment une cuisine sur trois vendue en Allemagne sort des usines de Verl.

Outre l'analyse du marché global, l'institut GfK procède à une différenciation selon les divers circuits de distribution : les magasins d'ameublement (grandes enseignes de la distribution de l'ameublement), la vente à emporter et les cuisinistes. Sur ce plan, une appréciation s'étalant sur une période plus longue – de 2005 à 2015 – s'avère intéressante.



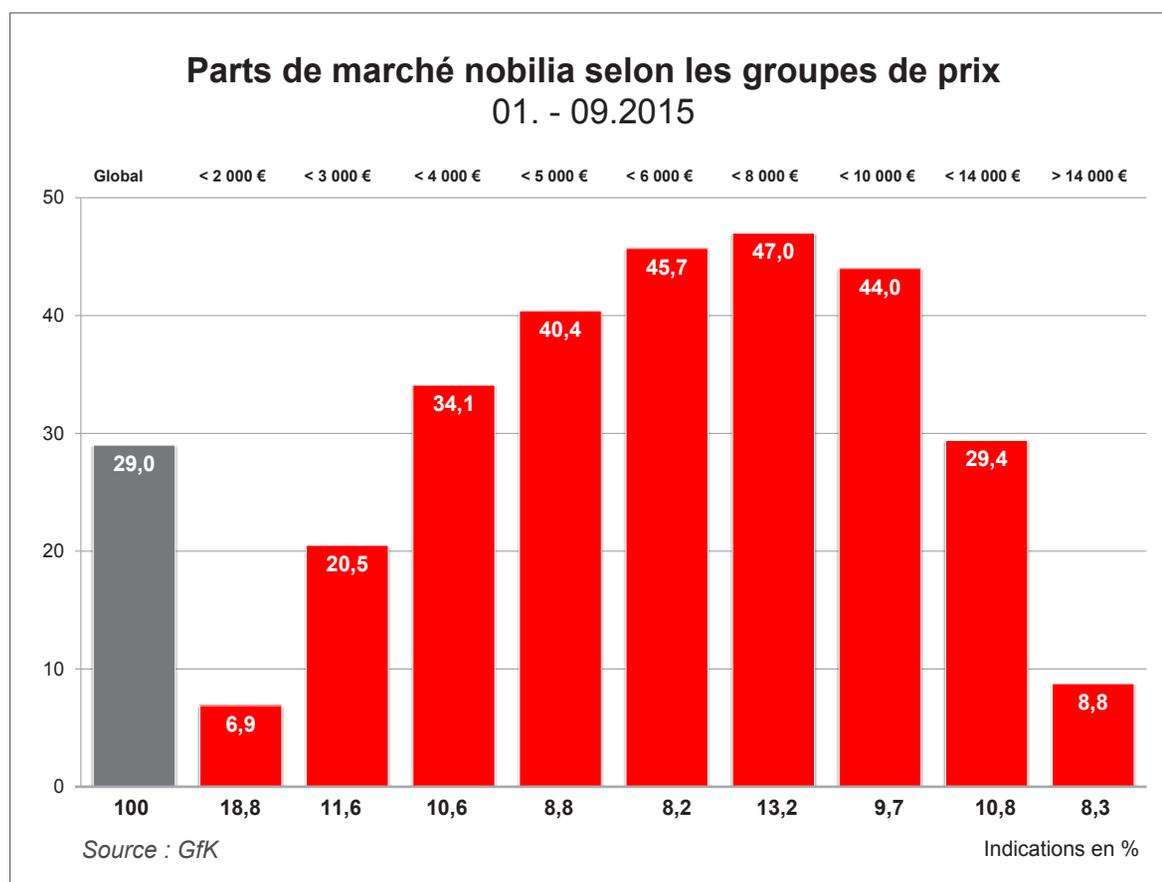
Pour résumer, quasiment la moitié des cuisines vendues en Allemagne le sont par le biais des grandes enseignes de la distribution d'ameublement (magasins d'ameublement), tandis que l'autre moitié est vendue à parts quasiment égales par les deux autres circuits de distribution : la vente à emporter et les cuisinistes.

L'analyse à plus long terme montre nettement que le circuit de distribution par le biais des grandes enseignes de la distribution d'ameublement (magasins d'ameublement) avec une part de marché nobilia de 38% reste, de manière inchangée, le pilier de notre entreprise.

Dans le circuit de distribution Vente à emporter, la part de marché de nobilia est retombée, avec ses 18,2%, au niveau de 2005, alors qu'elle atteignait même 21,2% en 2010. Si l'on considère la basse part de marché à long terme dans ce circuit de distribution, il convient de remarquer que c'est justement, dans ces segments de prix inférieurs que les produits en kit sont vendus en quantité non négligeable, lesquels ne sont pas proposés par nobilia.

L'évolution de la part de marché du secteur Cuisinistes est réjouissante. L'analyse à long terme montre que nobilia a pu, depuis 2005, augmenter sa part de marché en passant de 11,9 % à désormais 25,2 %. Par conséquent nobilia maintient - si l'on tient compte du nombre des commandes - sa position de leader de marché sur ce circuit de distribution en hausse des cuisinistes.

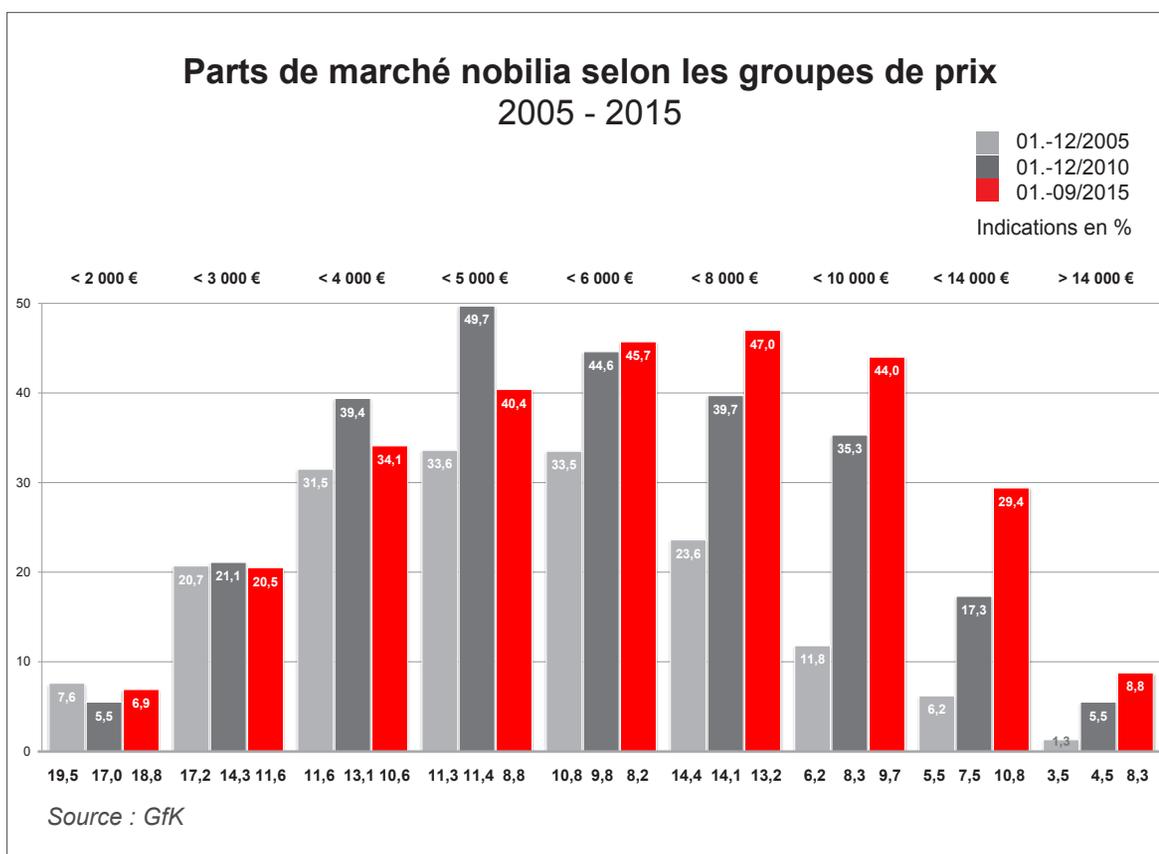
Pour l'analyse de la position sur le marché, l'appréciation des parts de marché selon les groupes de prix par l'institut GfK également outre révélatrice.



Dans le groupe de prix inférieur, donc là où une cuisine avec appareils électroménagers coûte moins de 2000 euros au consommateur final, la part de marché nobilia est minime. Ce groupe de prix est en majeure partie défini par les produits en kit que nobilia, comme on le sait, ne propose pas.

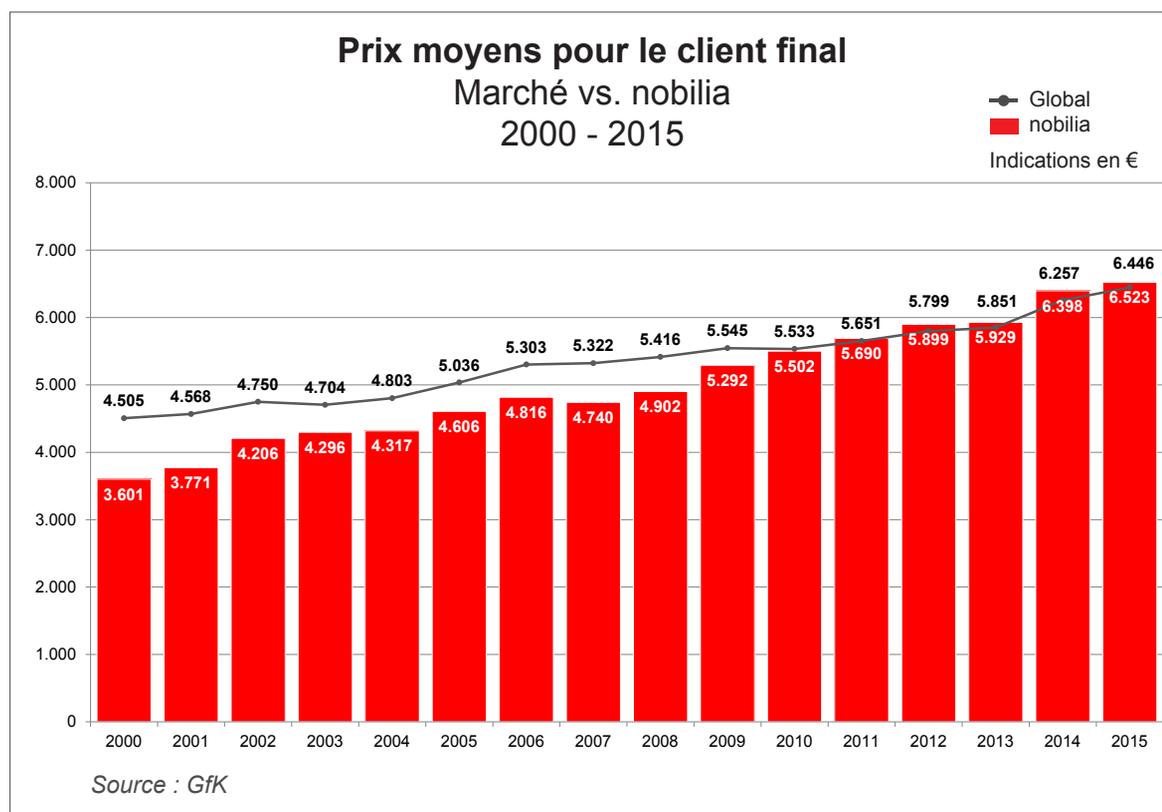
Une différenciation en fonction des groupes de prix pour le consommateur final montre que quasiment 60% de toutes les cuisines sont vendues dans une fourchette de prix allant de 2 000 euros à moins de 10 000 euros. Dans ce contexte, l'analyse des parts de marché nobilia dans chacun des groupes de prix est révélatrice. La part est faible – 6,9 % – dans le secteur inférieur à 2 000 €. Elle monte à 20,5 % dans le secteur de 2 000 à 3 000 € et oscille entre 34,1 % et 47,0 % dans le secteur entre 3 000 et 10 000 €. Une prédominance sur le secteur milieu de marché est par conséquent évidente.

L'évolution à long terme des parts de marché en fonction des groupes de prix de 2005 à 2015 montre une progression continue dans les groupes de prix supérieurs.



En 2005, nobilia détenait la plus grande part de marché pour le groupe de prix entre 4 000 et 5 000 €. En 2015, la plus grande part de marché affichait 47 % dans le groupe de prix entre 6 000 et 8 000 €. Ceci signifie que dans ce groupe de prix où 13,2 % de toutes les cuisines vendues en Allemagne, quasiment une cuisine sur deux est fabriquée par nobilia à Verl.

L'impression globale d'une tendance à long terme par rapport aux segments de marché de plus haute qualité se reflète non seulement chez nobilia, mais aussi en considération du prix moyen pour le client final depuis 2000.

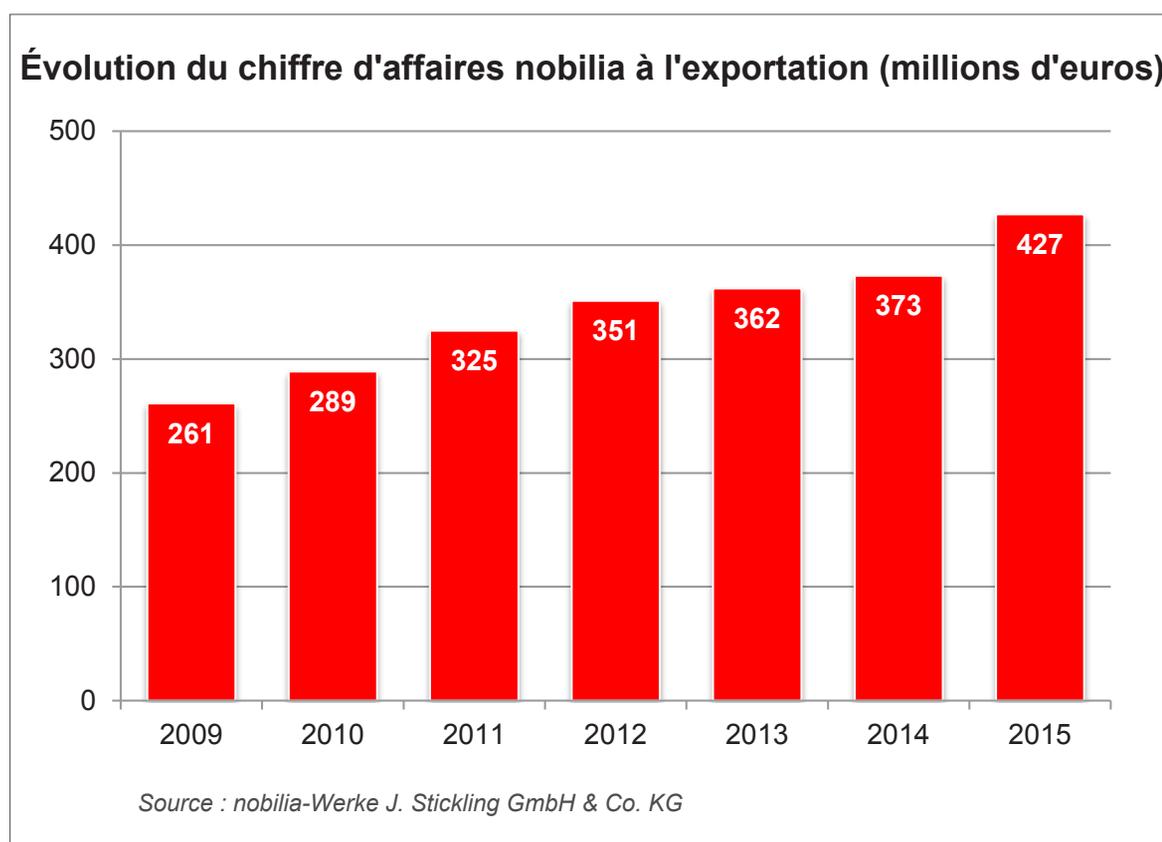


Sur le marché, les prix moyens sont passés de 4 505 € en 2000 à 6 446 € en 2015. Le niveau des prix moyens chez nobilia est passé, durant cette période, de 3 601 à désormais 6 523 € dépassant donc même le niveau du marché depuis cinq ans.

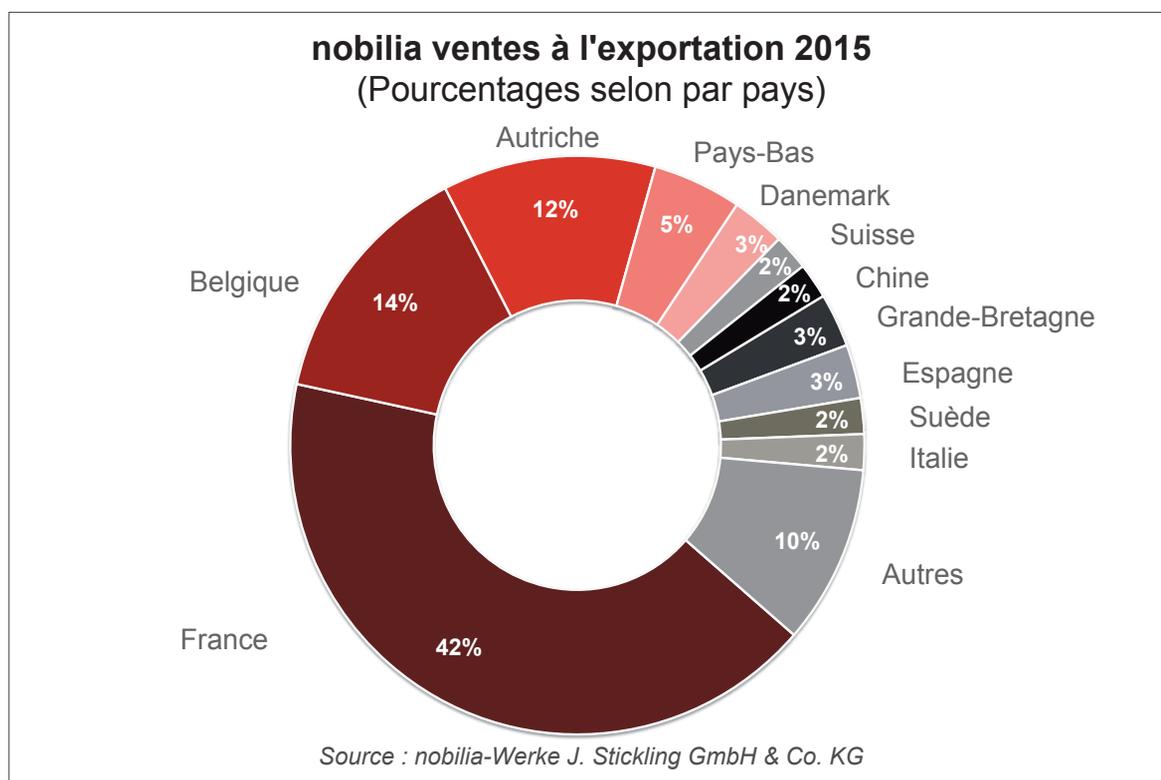
Ceci montre que tout en s'orientant sur l'évolution du marché, nobilia a finalement joué un rôle déterminant quant à l'évolution des prix sur le marché grâce à une propre part de marché s'élevant à quasiment 30 %.

2.3. nobilia Exportation

Avec des ventes à l'exportation atteignant 427,3 millions d'euros en 2015, le montant des ventes de l'année précédente a été dépassé de 54,8 millions d'euros – ce qui équivaut à une augmentation de 14,7 %.



nobilia a donc progressé disproportionnellement dans le secteur des ventes à l'exportation, en 2015. Le quota d'exportation affichant 42 % dépasse donc celui de l'année précédente qui s'élevait à 39 %. nobilia livre entretemps plus de 80 marchés à l'export dans le monde entier - tendance à la hausse.



L'analyse des plus grands marchés d'exportation ne montre pas de modifications significatives par rapport à l'année précédente. Les ventes en France dominent l'export, tant au niveau des chiffres absolus qu'au niveau des chiffres relatifs. Elles sont suivies par les ventes en Belgique et en Autriche qui représentent respectivement 14 % et 12 % des ventes globales à l'export.

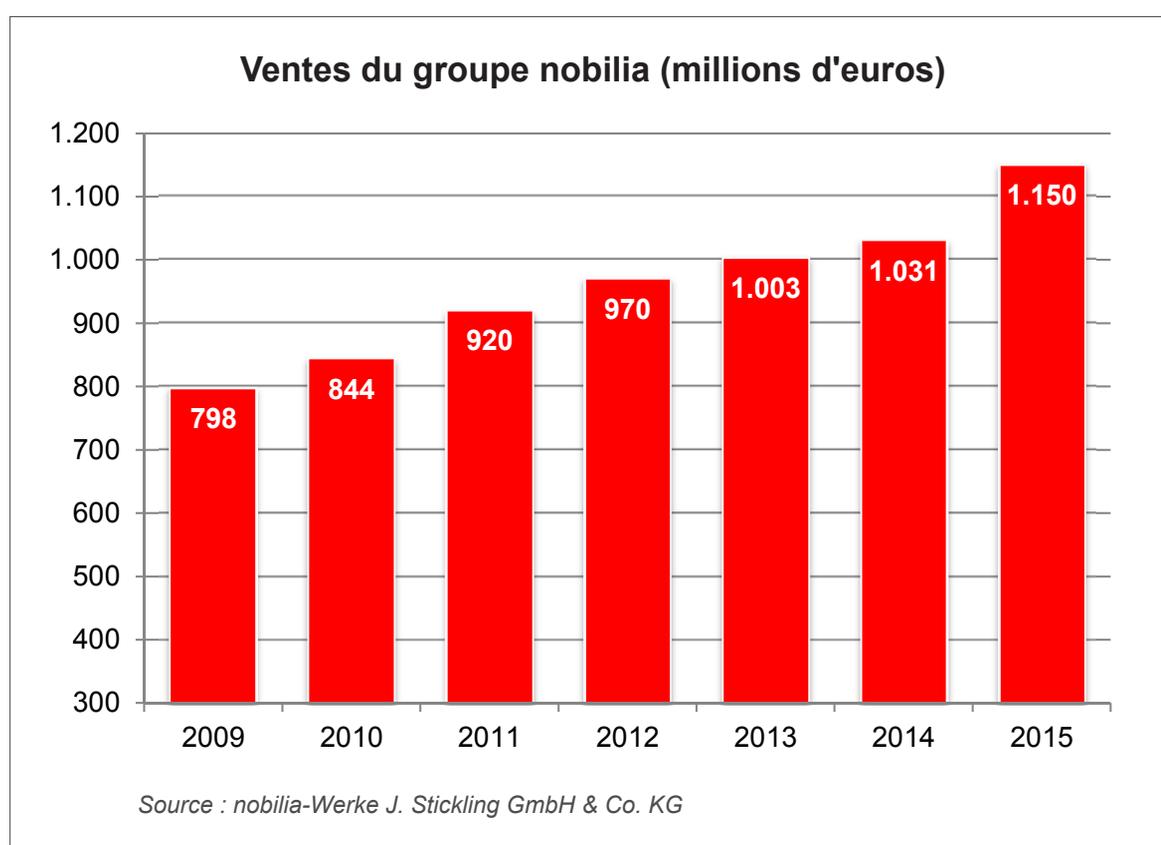
De forts taux de croissance ont pu être atteints en Grande-Bretagne et entretemps de nouveau en Espagne – même si ces deux marchés ne représentent respectivement que 3 % de nos ventes globales à l'exportation.

3. Groupe d'entreprises nobilia

L'axe central de l'entreprise, la production de cuisines à Verl et leur distribution au commerce dans le monde entier, a, au cours des dernières années et exclusivement à l'étranger, été complété par diverses formes de commerce au détail. En Suède et en Angleterre, nous tenons des showrooms sous notre propre responsabilité.

En outre, en Belgique nous participons à une chaîne commerciale qui opère sur le marché avec les lignes de distribution èggo et kitchen-market. De plus, nous sommes désormais actionnaire majoritaire d'une organisation de franchise qui travaille surtout avec les filières de distribution Ixina, Cuisine Plus et Cuisines Références et qui compte environ 350 points de vente répartis dans le monde entier. Le groupement de franchise est représenté sur les marchés d'exportation français, belge et désormais aussi dans le reste du monde.

Pour calculer les chiffres d'affaires du groupe d'entreprises, il convient d'une part d'éliminer (de consolider) les chiffres d'affaires internes et d'autre part de tenir compte (répartir proportionnellement) des rapports de participation. Il convient, en outre, de tenir compte du fait que seules les redevances du franchisé entrent dans le calcul et non pas les produits des ventes.



Sous réserve de ces principes, le chiffre d'affaires du groupe d'entreprises atteint 1 149,8 millions d'euros. Ceci correspond à une hausse de 118,4 millions d'euros ou de 11,5 % par rapport au chiffre d'affaires de l'année précédente qui se montait à 1 031,4 millions d'euros.

4. Journées portes ouvertes 2015 et collection 2016

La nouvelle collection présentée aux journées portes ouvertes en septembre 2015 a très bien été accueillie par le marché et les visiteurs. Dans notre salle d'exposition interne, entièrement restructurée, sur une superficie de 4 000 m² env. et qui présentait 74 cuisines d'exposition nous avons présenté un ample programme de nouveautés. Avec env. 12 300 visiteurs professionnels venus de 52 pays, nous avons battu notre record de visiteurs.

Avec pour slogan : « One kitchen. One solution. », nobilia a étendu encore plus sa compétence dans le domaine de la commercialisation intégrale. La diversité de la collection répond à tous les désirs et marie un design contemporain à la plus moderne des techniques et à des solutions innovatrices pour un confort accru. 17 nouvelles façades, cinq nouveaux programmes, onze nouveaux décors de plans de travail, une nouvelle génération de ferrures d'abattants ainsi que d'autres nouveautés pour les éléments et les accessoires offrent un « pack tout compris », pour des planifications de cuisine au goût du jour et personnalisées.

Les nouvelles familles de coloris blanc alpin et gris ardoise répondent à la tendance actuelle. Alors que le blanc reste le thème favori de la planification des cuisines, le gris s'affirme de plus en plus comme nouveau coloris incontournable. Nos nouveaux décors bois nous permettent de répondre au mieux à la tendance au confort d'habitat toujours plus importante. Le chêne Ontario, avec sa teinte chaude, ainsi que le décor chêne clair, décentement madré concèdent un aspect naturel aux créations. Une nouvelle façade en aspect béton s'avère être, en outre, une alternative de motif intéressante et facile d'entretien pour la cuisine. Avec ses portes à cadre bois véritable laquées, en gris soie, un nouveau programme Cottage incarne des valeurs authentiques.

Avec la nouvelle collection, nobilia relève la tendance à la personnalisation et propose une liberté d'agencement et de planification dans l'assortiment encore plus poussée grâce à trois nouveaux coloris de caissons et 25 coloris de joues ainsi qu'un Color Concept élargi.

nobilia utilise en outre le progrès technique de manière conséquente, afin de poursuivre l'amélioration du confort de maniement et de la qualité de ses cuisines. Les nouvelles

ferrures d'abattants peuvent désormais être équipées de systèmes d'ouverture électriques et les éléments hauts se laissent manier de manière encore plus ergonomique.

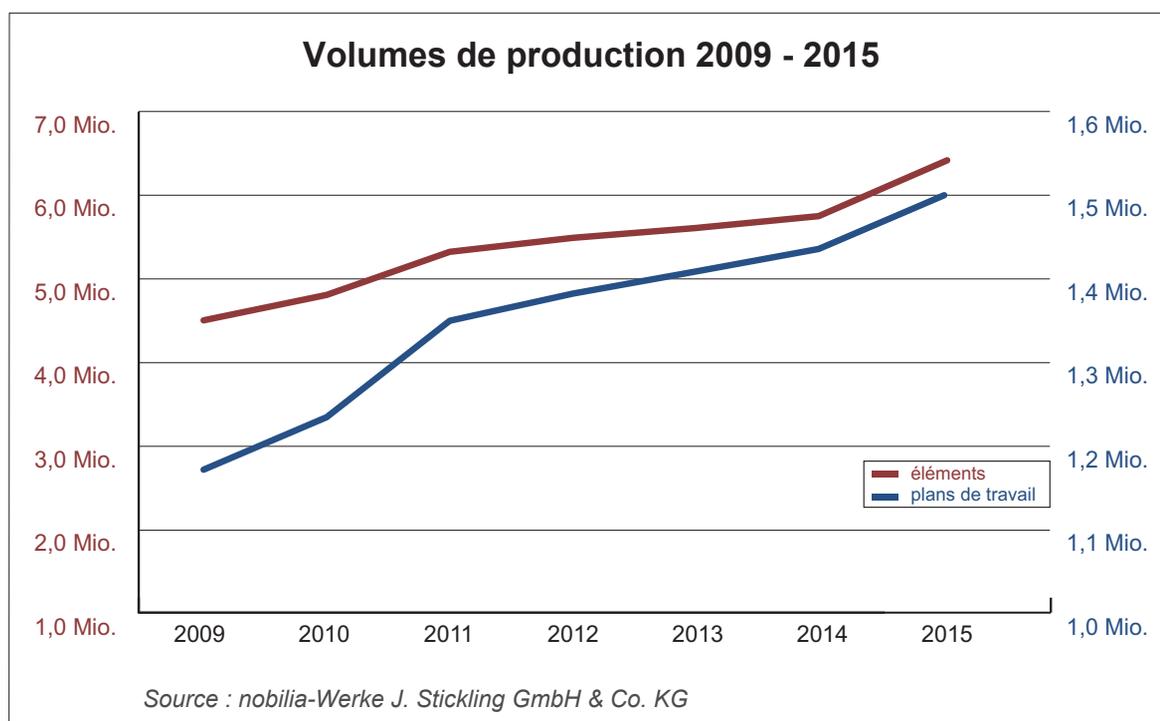
L'assortiment des appareils restructuré comporte désormais au total douze marques d'appareils et couvrent donc env. 65% du marché des appareils allemand. Les marques Bosch et Miele complètent en plus l'assortiment proposé pour pouvoir aussi proposer une commercialisation intégrale dans le segment de prix supérieur.

La gamme des accessoires propose, elle aussi, un grand nombre de nouveautés. La sélection d'éclairages intégrés, déjà très vaste, a été élargie et développée, quant à la collection des lampes, elle a complètement été convertie à l'éclairage LED.

Les retours du terrain par rapport aux nouveautés de la collection sont très positifs. L'entrée élevée des commandes de cuisines d'exposition après nos journées portes ouvertes est un indicateur fiable du très bon accueil fait à la collection 2016 sur le marché. Nous sommes donc très confiants.

5. Production et investissements

Les quantités de production techniques dans les deux usines ont aussi connu une hausse découlant de la progression des ventes. Avec env. 630 000 commandes, env. 6,3 millions d'éléments et plus de 1,5 million de plans de travail, nous avons atteint de nouveaux maximums de volumes de production.



Avec un volume de production quotidien d'env. 28 700 éléments, nous avons atteint des valeurs record dans la production des éléments en bois. Avec un tel volume de production, il ne devrait y avoir aucun site au monde où le nombre des éléments fabriqués dépasserait celui du site Verl en Westphalie-Est. La production quotidienne de l'usine de Verl-Sürenheide est de 16 200 éléments, et celle de l'usine de Verl-Kaunitz de 12 500 éléments.

Avec les 16 200 éléments cités et fabriqués à Sürenheide, cette usine a atteint, et ce déjà depuis quelques années, les limites de sa capacité. La hausse des volumes en 2015 n'a par conséquent plus été réalisée - comme les années précédentes - que dans l'usine de Kaunitz.

Avec des amortissements de 35,6 millions d'euros, 68,7 millions d'euros ont été investis ou activés en 2015.

Le cœur technique des investissements dans l'usine de Sürenheide a été le renouvellement des unités obsolètes ainsi que l'optimisation des cycles de fabrication et des processus qui y sont liés.

A l'usine de Kaunitz, nous avons instauré des capacités supplémentaires dans la production des éléments et mis deux nouvelles chaînes de fabrication en route. Nous avons, en outre, agrandi nos halls de production en installant un entrepôt pour les matériaux de caissons et les panneaux demi-format ainsi qu'un centre logistique automatisé pour les matériels accessoires. Une nouvelle aile de locaux sociaux équipée d'une nouvelle cantine a été inaugurée au cours de l'été 2015 à l'usine Kaunitz.

Le lancement de la nouvelle ferrure d'abattant AVENTOS a, de plus, été lié à de vastes investissements dans les deux usines, les lignes de montage existantes devant être adaptées.

Pour l'assurance et une amélioration accrue de la qualité des produits, une nouvelle technologie a été développée pour le contrôle de qualité automatisé des matériaux de façades.

Les autres investissements concernent le domaine de l'informatique et de la technologie de l'information et le parc de véhicules pour lequel 26 tracteurs et 58 nouvelles semi-remorques ont été acquis.

6. Environnement et durabilité

nobilia mise en majeure partie sur le bois et par conséquent sur les matériaux naturels, de sorte qu'une maîtrise durable et prospective des matières premières et des ressources est impérative. Les divers modèles de durabilité ont en commun le succès économique, la compatibilité écologique et l'équité sociale qui sont la base d'un commerce durable.

Autrement dit, les mesures s'étalent de l'acquisition à la livraison en passant par la production des produits et intègrent aussi les employés.

nobilia se sert de son « système de management intégré pour la qualité et l'environnement » comme instrument pour l'amélioration continue de toutes ses prestations et de ses activités. La qualité des produits et une orientation sur les besoins du client sont autant de facteurs de succès essentiels. Outre la certification dans le domaine du management environnemental, la certification PEFC pour l'utilisation de matériaux dérivés du bois provenant de la sylviculture durable et l'« Ange bleu », nobilia est autorisé, depuis 2015, à apposer l'étiquetage des émissions pour les meubles à caisson de la catégorie d'émission à qui est la meilleure ou la plus élevée. Ceci signifie que nous faisons prouver, par des instituts de contrôle neutres qui exécutent des essais pour déceler la présence de substances nocives, que nos meubles n'ont ni substances nocives graves ni émissions critiques.

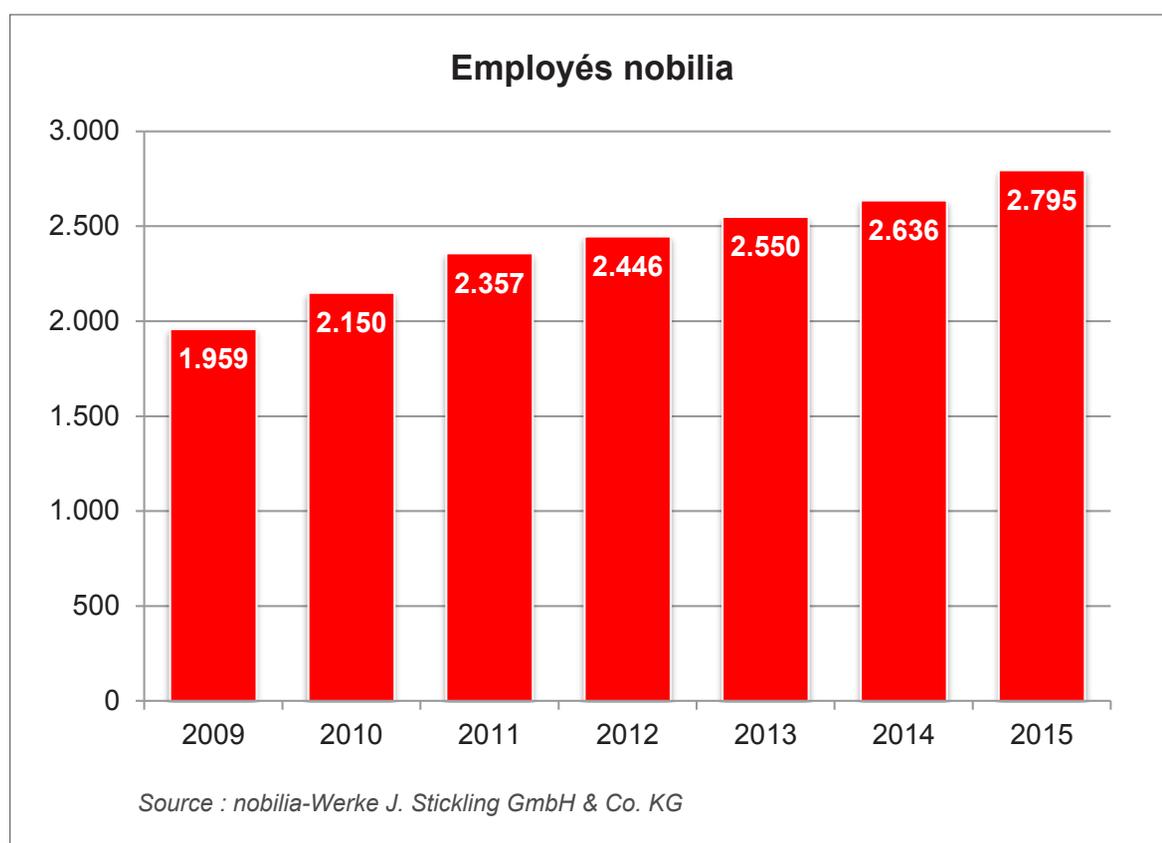
En tant que fabricant de 2 870 cuisines par jour, la consommation en ressources de nobilia est donc élevée. Par conséquent, l'importance d'une utilisation entièrement responsable des ressources doit se faire ressentir tant sur le plan économique que sur le plan écologique. Les circuits des matériaux sont donc un autre composant d'une stratégie de développement durable de l'entreprise.

Le concept d'évacuation des matériaux et des emballages vers la gestion des déchets prévoit un tri ciblé des différentes fractions de matériau pour que les matières brutes puissent être acheminées vers un système de retraitement voire de recyclage ciblé. Le succès de ce concept d'évacuation vers la gestion des déchets se laisse constater par la production des déchets. En comparaison avec l'année dernière, nous sommes parvenus - même en tenant compte de la hausse des ventes et donc des volumes de production plus élevés qui en découlent - à réduire la production des déchets de 20 %.

nobilia dispose d'un système de management énergétique certifié selon DIN EN ISO 5001. 2011. Les potentiels d'efficacité énergétique sont calculables et analysables de manière encore plus ciblée. Un système de mesure a été installé pour cela dans les deux usines pour mesurer les points de consommation sur toute la superficie, pour permettre la réalisation d'autres potentiels d'efficacité énergétique.

7. Employés et formation

Fin 2014, l'effectif des employés est passé de 2 636 à désormais 2 795. Plus de 300 personnes ont été embauchées pour permettre d'adapter l'effectif augmenté de 159 employés en tenant compte de la fluctuation normale. Les nouveaux employés travaillent, en majeure partie, à l'usine de Verl-Kaunitz. Les autres nouvelles embauches se sont concentrées sur les secteurs Distribution et Parc de véhicules.



Le nombre des places d'apprentissage a aussi augmenté une nouvelle fois en 2015 de cinq nouvelles places, pour être désormais de 117. Dans le cadre de l'apprentissage donné, nous attachons une importance toute spéciale à une communication équilibrée combinant la théorie, la pratique et l'exercice. Des cours de langues étrangères et la possibilité d'un séjour à l'étranger pendant l'apprentissage parachèvent notre offre d'apprentissage. Grâce aussi à des cours proposés au sein de l'entreprise, nos apprentis et nos étudiants en formation double, aussi bien de la branche commerciale que de la branche technique, ont pu réussir leurs examens finaux de formation professionnelle et être bien préparés à leur nouvelle vie professionnelle. Après les examens finaux passés avec succès, un poste de travail dans l'entreprise a pu être proposé à tous les apprentis en 2015.

Pour une meilleure harmonisation de la vie professionnelle et de la vie familiale, nous avons, outre l'extension de l'offre de postes de travail en bureau à domicile, pu mettre à la disposition de nos employés un contingent de places d'accueil pour enfants à proximité de l'entreprise grâce à une étroite collaboration avec un jardin d'enfants de la ville de Verl.

Dans le cadre du management de la santé de l'entreprise, nous proposons, sous le thème « nobilia – santé active », des conférences sur une alimentation saine, des cours contre le tabagisme, des massages, des cours de course à pied et des examens préventifs de la médecine du travail.

Pour les remercier de leur engagement, nobilia a en 2015, à l'occasion du 70e anniversaire de l'entreprise, invité tous les employés et leurs familles pour une journée Familles à l'usine de Kaunitz. Plus de 7 500 personnes ont répondu à l'invitation et ont profité de cette journée pour se laisser surprendre avec leurs enfants par les nombreuses attractions proposées et pour découvrir sur place l'évolution de nobilia.

Fin 2015, chaque employé a, outre la prime de fin d'année garantie, reçu une prime spéciale s'élevant à 2 000 euros brut. La dépense de l'entreprise s'est montée au total à env. 5,5 millions d'euros.

8. Attentes et prévisions 2016

en 2015, nobilia a réussi, pour la 15e fois, à augmenter son chiffre d'affaires grâce à une croissance organique et par ses propres moyens. L'objectif en 2016 est de poursuivre sur la voie d'une croissance continue.

Il convient, en l'occurrence, de prendre en considération qu'à moyen et à long terme le potentiel de croissance sur le marché national n'est pas sans limites, le niveau atteint étant déjà élevé. L'importance des marchés étrangers va donc s'accroître et les ventes à l'exportation seront un facteur de croissance essentiel pour les années à venir. C'est pourquoi nous contrôlerons aussi la mesure dans laquelle nous pourrions desservir des pays très éloignés pour les ventes au détail et le commerce d'équipement et les impacts qui seront aussi ressentis sur la production des cuisines qui y sont vendues.

Le haut niveau de la tendance à l'acquisition, les petits taux de rendements réalisables sur les marchés des capitaux et les bonnes conditions de l'emploi auront un impact positif sur les ventes sur le marché national.

Les marchés étrangers encore une fois des perspectives disparates. Les marchés principaux en Europe connaîtront vraisemblablement un développement positif. Nous devons toutefois étudier l'ampleur des impacts de crises locales sur chacun des marchés, en particulier sur les marchés à l'exportation.

Pour résumer : le regard que nous jetons sur l'année prochaine est empreint d'un optimisme prudent et nous projetons par conséquent de progresser aussi en 2016.

Contact presse :

SONJA DIERMANN

nobilia-Werke

J. Stickling GmbH & Co. KG
Waldstraße 53-57
33415 Verl

Tél. : + 49 (0) 52 46 | 508 - 288
Fax : + 49 (0) 52 46 | 508 - 130
Courriel : sonja_diermann@nobilia.de