

# Conférence de presse annuelle

Exercice 2016



## SOMMAIRE

---

1. **Marché global meuble et cuisines 2016**
2. **Évolution du chiffre d'affaires nobilia 2016**
  - 2.1. **nobilia** Au global
  - 2.2. **nobilia** Marché national
  - 2.3. **nobilia** Exportation
3. **Groupe d'entreprises nobilia**
4. **Salon interne 2016 et collection 2017**
5. **Production et investissements**
6. **Environnement et durabilité**
7. **Employés et formation**
8. **Attentes et planifications 2017**

## 1. Marché global meuble et cuisines 2016

À l'occasion du salon du meuble de Cologne en janvier 2017, le secteur du meuble fait le bilan de l'année 2016 avec satisfaction. Une bonne situation de l'emploi et de faibles rendements des marchés de capitaux ont conduit également l'année dernière à une disposition élevée du consommateur finale à acheter les biens de consommation durables. Les fabricants de meubles allemands ont largement pu profiter de cette évolution.

Bien que la propension à consommer du consommateur final ait quelque peu reculé au 4ème trimestre de l'année dernière, les organisations interprofessionnelles comptent pour l'année 2016 pour le marché global du meuble sur une augmentation des ventes d'environ 3,5 % par rapport à l'année précédente. Ainsi, il apparaît que le commerce à l'exportation a garanti de plus fortes impulsions de croissance que le commerce intérieur qui, à la fin novembre 2016, avait participé à hauteur de 2,5 % au développement positif du secteur.

L'industrie du meuble de cuisine peut également porter un regard rétrospectif sur une année 2016 réussie. Selon les annonces de l'organisation interprofessionnelle, la croissance de l'industrie du meuble de cuisine allemande affichait au total 4,2 % à la fin novembre 2016. Ainsi, le segment du meuble de cuisine a de nouveau pu se développer avec plus de succès que l'ensemble du secteur du meuble. Le considérable commerce extérieur s'est également cristallisé ici comme principal vecteur de croissance avec un plus de 8,7 %. D'après les déclarations de VdDK (syndicat allemand des fabricants de cuisine), l'augmentation des ventes à l'étranger devrait se répartir à peu près également entre les pays de la zone euro et les autres. Par conséquent, la branche est désormais bien implantée sur les marchés étrangers.

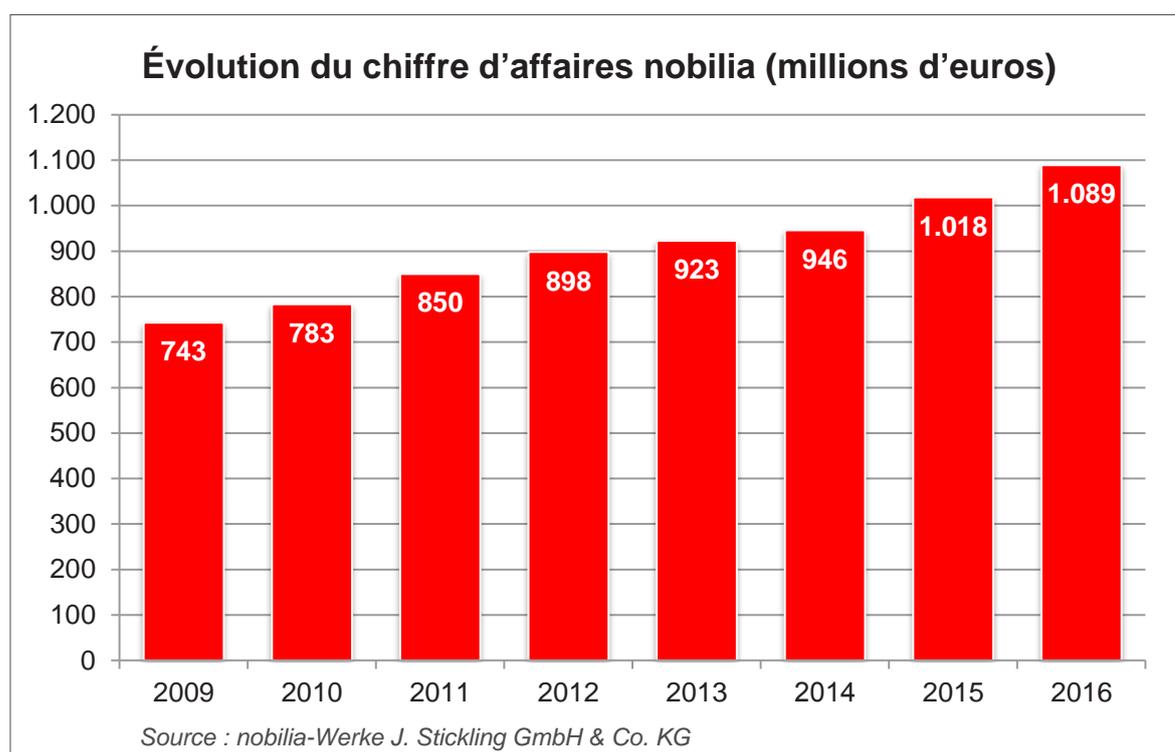
Selon les déclarations de l'organisation interprofessionnelle, le commerce intérieur pourrait avoir fourni seulement une contribution modérée à la croissance globale avec un plus de 1,5 % à la fin novembre 2016. Le part d'exportation dans l'industrie du meuble de cuisine a augmenté pour atteindre 38,5 %.

## 2. Évolution du chiffre d'affaires nobilia 2016

### 2.1. nobilia Au global

Il a été possible pour nobilia, aussi au cours de l'année 2016, de se distinguer du cours des affaires et de se développer au-dessus de la moyenne de l'industrie du meuble de cuisine.

Avec un chiffre d'affaires de 1,089 milliard d'euros en 2016, la barre du milliard a non seulement de nouveau été atteinte mais aussi nettement dépassée. Après un chiffre d'affaires de 1,018 milliard d'euros en 2015, le chiffre d'affaires de 2016 a augmenté de 70,4 millions d'euros. Le taux de croissance qui en résulte correspond à une augmentation du chiffre d'affaires de 6,9 % par rapport à l'année précédente.



nobilia a de nouveau réalisé une croissance de chiffre d'affaires constante. Dans ce contexte, nobilia a, une fois encore, confirmé son excellente position de leader du marché en Allemagne et a de nouveau étendu sa position de force dominante en Europe.

Avec environ 660 000 commandes de cuisines au cours de l'année, soit près de 3 000 commandes par jour ouvrable, un ordre de grandeur jamais atteint jusqu'à ce jour a été réalisé aussi selon les paramètres physiques.

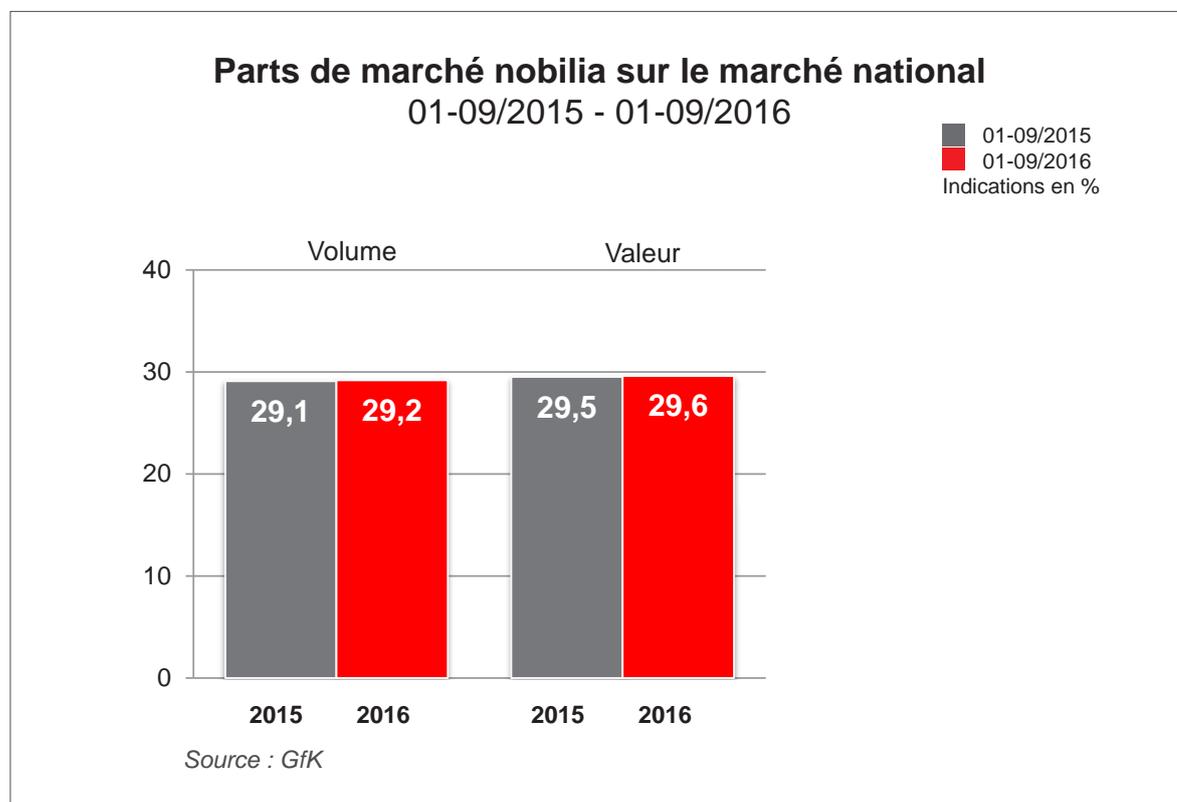
Comme les années précédentes, l'augmentation du chiffre d'affaires a résulté principalement de la vente de pièces en bois. Le souhait des clients en Allemagne et à l'étranger que nobilia offre, pour différentes raisons, une alternative individuelle à la marque est ainsi réalisé avec la commercialisation du concept de différents « labels privés », qui est maintenant élargi à plus de 100 marques.

nobilia compte de plus parmi les principaux fournisseurs dans la commercialisation complète de cuisine et offre ainsi aux partenaires commerciaux des cuisines incluant des appareils électroménagers et des accessoires intégrés. Douze marques d'électroménager, parmi lesquelles quatre marques exclusives, couvrent les différentes gammes de prix, du premier prix jusqu'au haut de gamme. Près de la moitié des commandes sont livrées avec l'électroménager correspondant inclus.

Les volumes de vente pour l'électroménager restent à peu près constants par rapport à l'année précédente et n'ont par conséquent pas pu, dans un tel contexte, suivre le rythme de la croissance en volume des pièces en bois. Cela est dû aux stratégies de propre marque de différents groupes de distributeur en Allemagne d'une part, et au commerce à l'exportation croissant de nobilia d'autre part. Même si le concept de commercialisation complète a pu s'imposer ces dernières années en raison de nombreux avantages logistiques dans le commerce à l'exportation, le choix d'appareils a atteint ses limites dans certains – en particulier les nouveaux – marchés d'exportation en raison de normes techniques divergentes, mais aussi à cause de l'opacité de ce mode de commercialisation. Avec une pénétration croissante de ces nouveaux marchés, il importe de continuer à communiquer intensivement les avantages de la commercialisation complète. Le traitement simple et rapide, le bon rapport qualité-prix et la liberté d'Internet des marques propres exclusives proposées par nobilia s'avèrent être des facteurs de vente intéressants à l'étranger également. La gamme de marques proposée et le nombre croissant des marques propres ont conduit à ce que dans de nombreux marchés historiques d'exportation, les quotas de commercialisation complète du niveau national soient atteints.

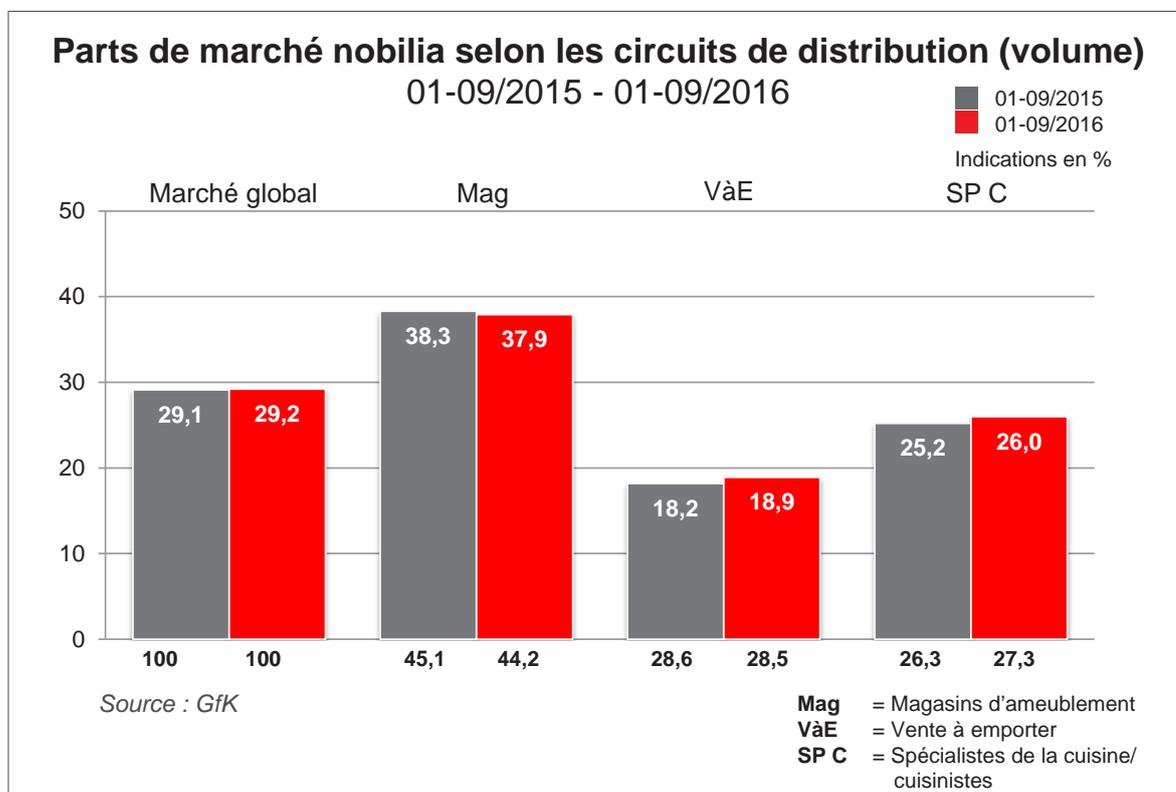
## 2.2. nobilia Marché national

Le chiffre d'affaires national de l'année 2016 atteint 604,5 millions d'euros et dépasse par conséquent de 13,4 millions d'euros la valeur de l'année précédente qui s'élevait à 591,1 millions d'euros. Avec un taux de croissance de 2,3 %, cette évolution se situe également au-dessus de la prévision de croissance de la branche du meuble de cuisine. Les activités sur le marché national ont par conséquent contribué à environ un cinquième de la croissance absolue de 70,4 millions d'euros pour le chiffre d'affaires.



D'après l'enquête de GfK (société d'étude de la consommation), les parts de marché sur le marché intérieur ont augmenté modérément par rapport à l'année précédente et se trouvent par conséquent – que ce soit en quantité mais aussi en valeur – à peu près au même niveau que l'année précédente avec presque 30 %. Ainsi l'affirmation selon laquelle quasiment une cuisine sur trois vendue en Allemagne sort des usines de Verl est de nouveau applicable.

Outre l'analyse du marché global, GfK procède à une différenciation selon les trois circuits de distribution différents : les magasins d'ameublement, la vente à emporter et les cuisinistes.

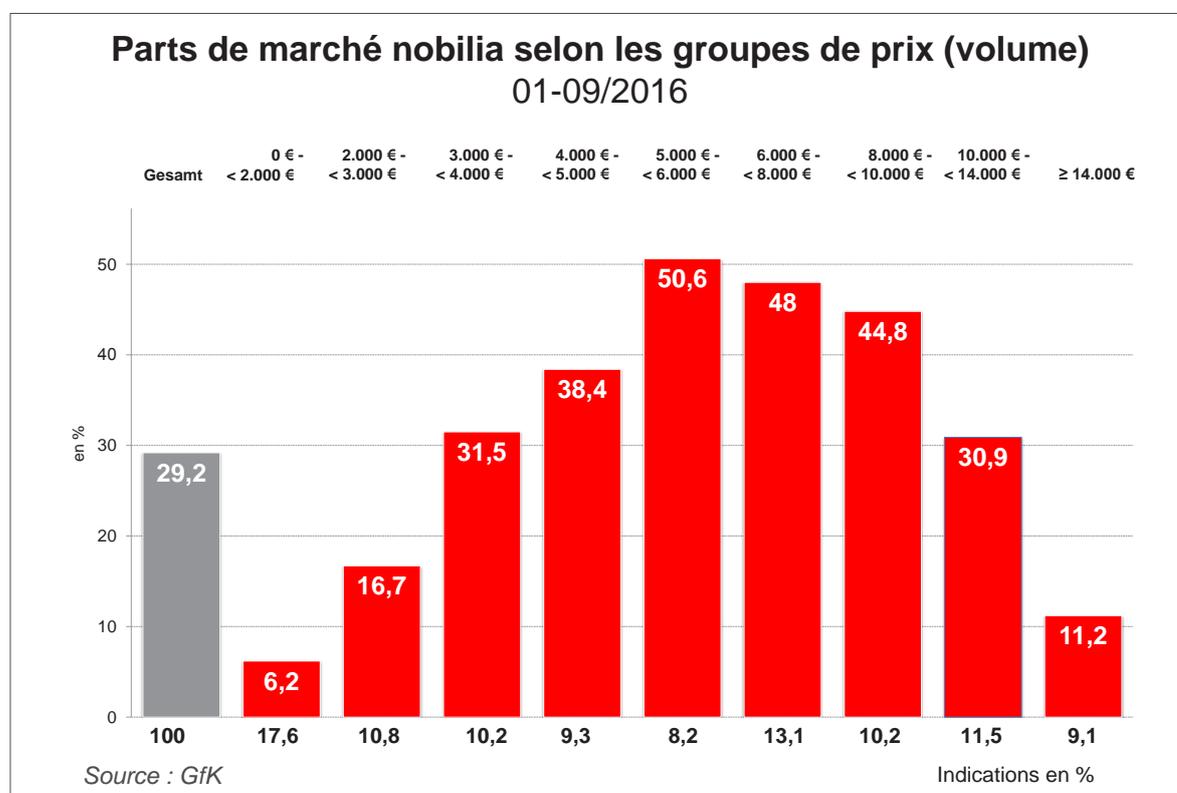


D'après les conclusions de GfK, 44,2 %, – et par conséquent d'un point de vue schématique – presque la moitié des cuisines vendues en Allemagne le sont par les magasins d'ameublement. Ce circuit de distribution le plus développé quantitativement constitue également en parallèle pour nobilia le plus important circuit de distribution : nobilia obtient une part de marché d'environ 38 % avec les magasins d'ameublement.

Sur le circuit de distribution de la vente à emporter, nettement moins de cuisines sont vendues en Allemagne en comparaison avec les magasins d'ameublement (à peine 30 %). Parallèlement à cette évolution, la part de marché de nobilia est nettement plus faible (18,9 %) que dans le circuit de distribution des magasins d'ameublement. Le contexte des parts de marché plus faibles dans ce circuit de distribution est celui de la tendance qu'ont justement les gammes de prix inférieures dans la vente à emporter à être dominés à un niveau de moins en moins négligeable par les « produits en kit ». Ces produits, on le sait, ne sont pas proposés par nobilia. En comparaison avec la même période de l'année précédente, nobilia a néanmoins réussi à atteindre une légère augmentation de sa part de marché.

D'après l'évaluation de GfK, la part de marché des cuisinistes a augmenté par rapport à l'année précédente pour atteindre maintenant 27,3 %. Parallèlement au développement du marché global, nobilia a également pu une fois encore élargir modérément sa part de marché sur ce circuit de distribution passant de 25,2 % à 26,0 %. Ainsi, une cuisine sur quatre vendue par un cuisiniste en Allemagne est produite par nobilia.

Pour une évaluation du positionnement de nobilia sur le marché en Allemagne, une vue d'ensemble des parts de marché en fonction des groupes de prix est également révélatrice.

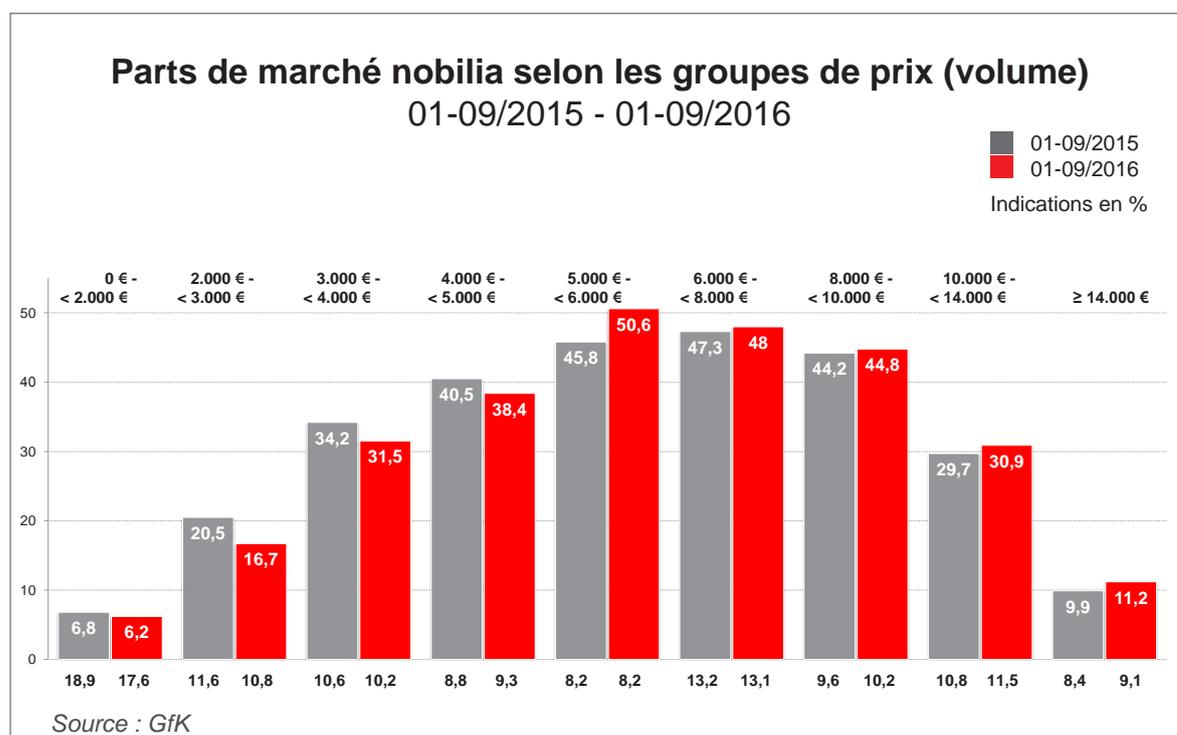


Selon une enquête de GfK, 62,5 % de toutes les cuisines sont vendues dans une fourchette de prix entre 3 000 et 14 000 euros.

17,6 % des cuisines sont vendues dans le groupe dit de premier prix, donc là où une cuisine avec appareils électroménagers coûte moins de 2 000 euros au consommateur final. Ici, la part de marché de nobilia est de seulement 6,2 %. Dans ce contexte, il faut considérer que ce groupe de prix est en majeure partie défini par les produits en kit que nobilia, comme on le sait, ne propose pas.

nobilia peut enregistrer des parts de marché nettement plus élevées sur la gamme de 3 000 à 4 000 euros. Ici, la part de marché est de 31,5 %. En plein milieu du marché – soit dans la gamme de prix entre 4 000 et 10 000 euros, dans laquelle sont vendues plus de 40 % des cuisines allemandes – la part du marché de nobilia se situe entre 38,4 % et 50,6 %. Dans la classe de prix de 5 000 à 6 000 euros, plus d’une cuisine sur deux viennent des usines nobilia à Verl.

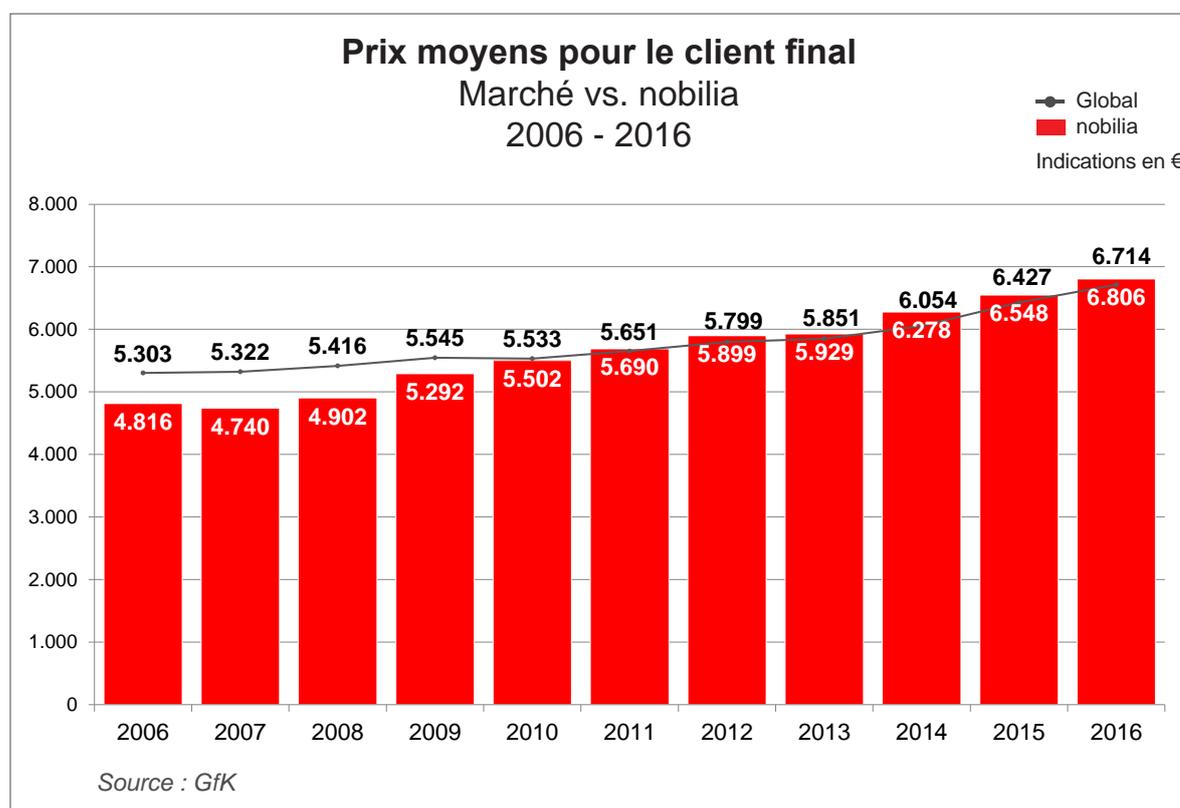
Avec ces parts de marché, nobilia est leader sur le marché dans les gammes de prix qui recouvrent le milieu du marché. Cette évolution démontre de nouveau la domination durable sur le milieu du marché.



Les changements des parts de marché par rapport à l’année précédente montrent le développement constamment positif de nobilia dans les gammes de prix supérieures du marché. Dans les gammes de prix inférieures, nobilia n’a pu gagner aucune part de marché. Dans tous les groupes de prix du marché à partir de 5 000 euros, et par conséquent dans la gamme du marché dans laquelle plus de 52 % des cuisines vendues en Allemagne sont commercialisées, nobilia a pu gagner des parts de marché par rapport à l’année précédente.

L'impression globale d'une tendance pour les segments de marché de qualité supérieure est soulignée par le fait que nobilia a même pu atteindre une part de marché de plus de 11 % dans le groupe de prix le plus élevé du marché, à savoir le segment au-dessus de 14 000 euros.

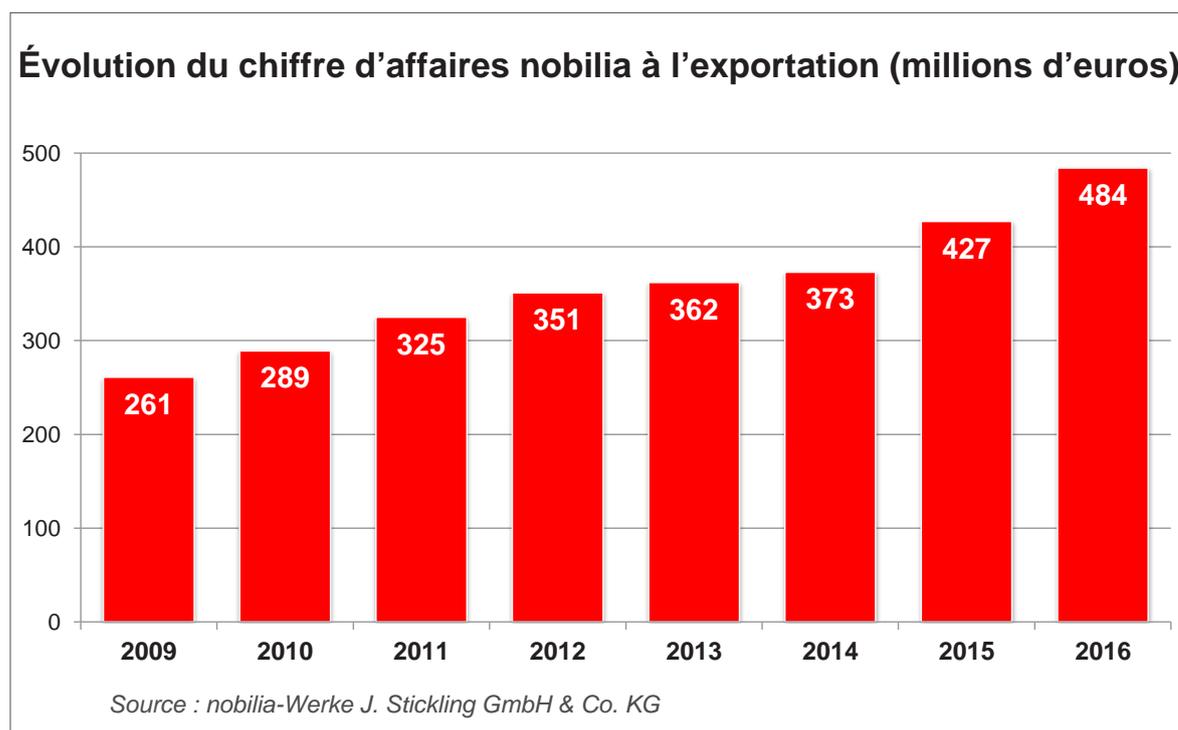
La tendance durable pour le trading-up, ainsi qu'un développement des segments de marché de qualité supérieure ne se dessinent pas seulement chez nobilia mais également sur l'ensemble de l'évolution du marché. Cela est démontré par le graphique suivant sur l'évolution des prix moyens pour le client final.



Sur le marché, les prix moyens pour le consommateur final sont passés de 5 303 euros en 2006 à désormais 6 714 euros en 2016. Le niveau des prix moyens chez nobilia est passé, durant cette période, de 4 816 euros à désormais 6 806 euros, et de ce fait dépasse le niveau du marché depuis 2011. En même temps, il faut considérer que nobilia a pu finalement fortement influencer l'évolution croissante des prix du marché avec une part de marché de presque 30 %.

### 2.3. nobilia Exportation

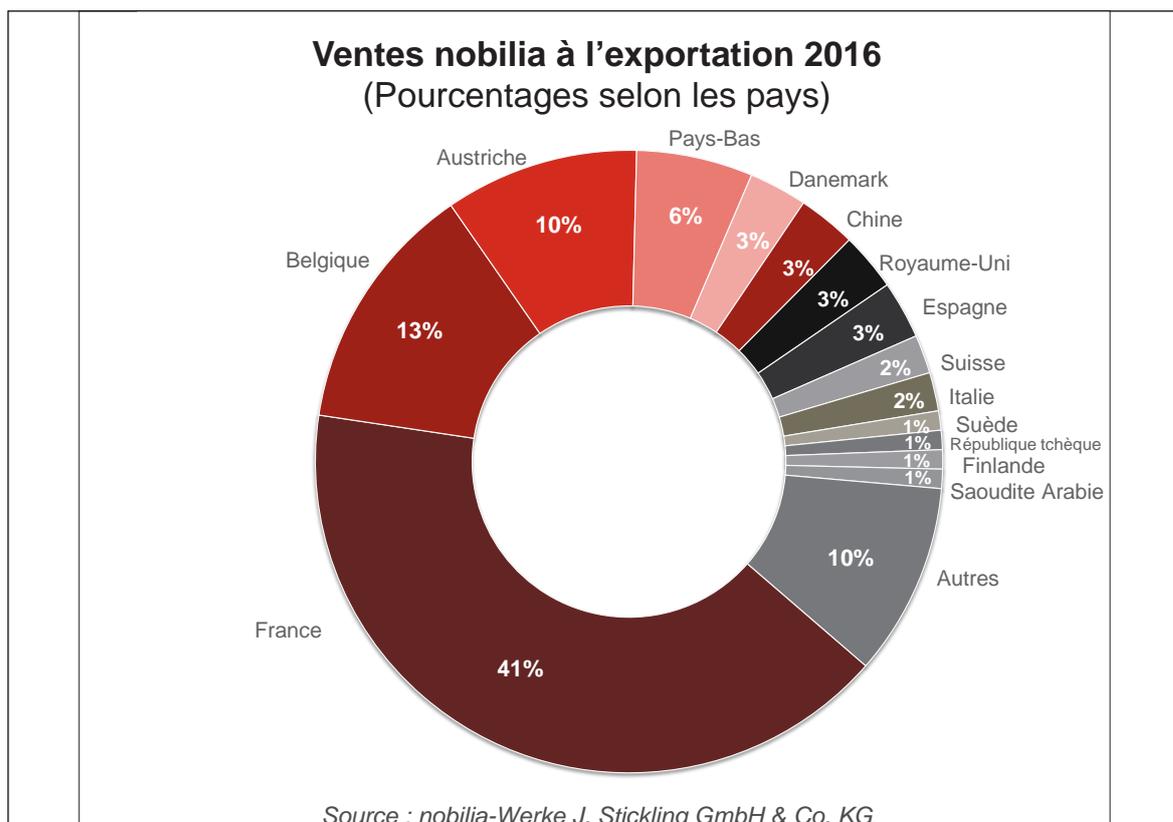
Avec des ventes à l'exportation atteignant 484,3 millions d'euros en 2016, l'année précédente a été dépassée de 57,0 millions d'euros, soit 13,3 %.



Ainsi, le commerce à l'exportation se révèle de nouveau en 2016 comme un moteur de croissance déterminant. La quote-part d'exportation est actuellement de 44,5 % et dépasse donc celui de l'année précédente s'élevant à 42,0 %, ainsi que la moyenne de la branche s'élevant à 38,5 %.

La répartition des ventes à l'exportation par pays ne montre pas de modifications significatives par rapport à l'année précédente.

L'élément principal des ventes à l'exportation pertinentes repose dans les pays européens voisins. En effet, la commercialisation en France domine avec une proportion de 41 % des ventes à l'exportation totales. Elles sont suivies par les ventes en Belgique et en Autriche, qui représentent respectivement 13 % et 10 % des ventes à l'exportation.



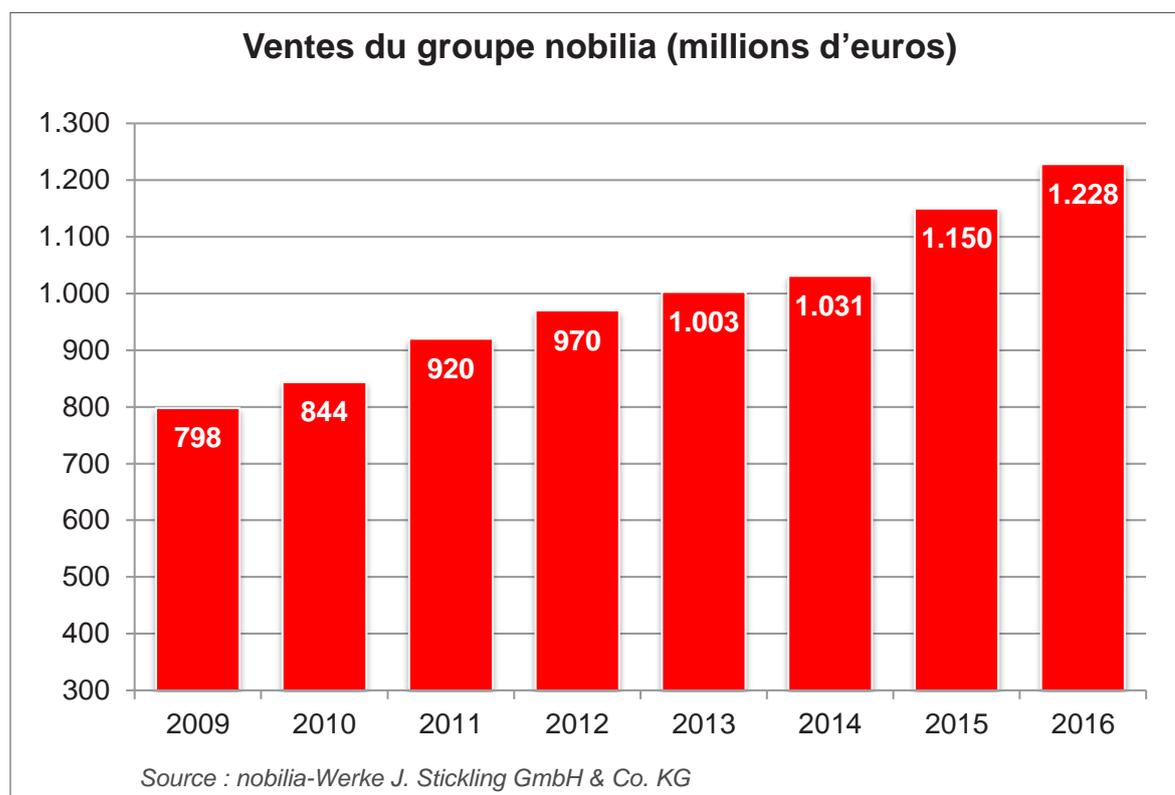
Les moteurs de croissances n'ont donc pas été seulement les gros marchés d'exportation, comme la France, la Belgique ou les Pays-Bas, mais aussi de plus en plus de marchés plus éloignés, comme l'Arabie Saoudite ou la Chine. En outre, beaucoup de petits marchés d'exportation ont pu être développés en 2016, qui dans l'ensemble ont participé de manière non négligeable à la croissance des ventes à l'exportation.

### 3. Groupe d'entreprises nobilia

L'activité principale de nobilia consiste en la production de cuisine en Allemagne dans l'usine de Verl. La vente de ces cuisines se fait à des partenaires commerciaux dans plus de 80 pays à travers le monde. Ces dernières années, cette commercialisation à l'étranger s'est élargie grâce aux différentes formes de commerce de détail. L'objectif de ces compléments était – et est – exclusivement de développer voire de sécuriser les canaux de ventes supplémentaires pour les capacités de production des deux sites de production à Verl.

En Suède et en Angleterre, nobilia possède des studios de cuisine sous sa propre responsabilité sous le nom Noblessa Sverige voire Küchenhaus. En outre, il existe en Belgique une participation minoritaire dans une chaîne commerciale opérant sur le marché avec les studios des lignes de distribution èggo. De plus, nobilia est l'actionnaire majoritaire du franchiseur FBD (Franchise Business Division), qui est actif actuellement avec environ 400 studios des canaux de distribution Ixina, Cuisine Plus, Cuisines Références et Vanden Borre. FBD est présent avec ses studios en France et en Belgique, mais également de plus en plus sur les marchés du reste du monde.

Pour déterminer le chiffre d'affaires du groupe d'entreprises, les chiffres d'affaires internes sont éliminés (consolidés) d'une part, et les rapports de participation sont pris en compte (répartis proportionnellement) d'autre part. En outre, il est tenu compte du fait que seules les redevances du franchisé entrent dans le calcul et non les produits des ventes.



Eu égard à ces activités, le chiffre d'affaires à l'étranger du groupe nobilia a augmenté, pour atteindre 1,228 milliards d'euros. Cela correspond à une augmentation de 78 millions d'euros, soit 6,8 % de plus par rapport à la valeur de l'année dernière qui s'élevait à 1,150 milliards d'euros.

#### 4. Salon interne 2016 et collection 2017

Environ 12 800 visiteurs professionnels venus de 54 pays ont visité le salon interne en septembre 2016. La nouvelle collection 2017 qui a été présentée une première fois lors de ce salon a été très bien reçue par les visiteurs professionnels et par le marché.

En même temps, le salon interne nobilia s'est présenté de manière complètement repensé avec un concept d'espace de vente restructuré. En plus de la présentation des nouveautés avec en tout 67 cuisines, l'exposition de 4 000 m<sup>2</sup> propose aussi maintenant un espace dédié à la conception de maisons de campagne complexes. En outre, un showroom noblessa indépendant a été intégré à la présentation générale.

Sous le slogan « nobilia met l'accent », la collection nobilia 2017 se consacre tout particulièrement à une tendance centrale de notre époque, à savoir le souhait du consommateur d'une large personnalisation de son produit. Avec de nombreuses améliorations de la variété des types et des décors, nobilia inaugure avec son Color Concept une liberté de conception complètement individuelle – de la petite touche de couleur au déploiement à grande échelle. Sept nouveaux motifs imprimés numériquement confèrent des accents créatifs aux crédences. La palette s'étend du carrelage au style rétro à l'aspect maçonnerie ou acier au charme industriel, en passant par un design patchwork tendance.

20 nouvelles façades permettent des planifications dans tous les segments de prix, ainsi que dans les tendances d'installations et de matériaux du moment. On peut notamment citer le look industriel, le nouveau confort, le chic urbain, les surfaces laquées et stratifiées laquées, ainsi que le style cottage très apprécié. Les cuisines sans poignées restent une tendance centrale du secteur. Avec sa gamme LINE N, nobilia crée une référence en la matière. L'offre multiple de modèles de cuisines sans poignée est élargie en 2017 via l'ajout de douze nouvelles façades.

Dans ce contexte, le béton s'impose de plus en plus en tant que matériau tendance pour l'intérieur. Les aspects béton sont également le nec plus ultra pour conférer un charme industriel à la cuisine. Avec la façade Riva en béton gris, l'année dernière, nobilia a rendu le charme industriel accessible à tous. Cette façade à succès est maintenant rejointe par une variante en béton blanc. Grâce à une teinte chaude et discrète, les cuisines en béton se laissent également planifier dans un style industriel accueillant.

En outre, le Color Concept comprend encore un décor béton gris ardoise.

Le décor Bronze fer est un produit phare des planifications tendance glamour métallisé. Celui-ci est inspiré de la tendance actuelle aux coloris cuivré, bronze et or rose, qui trouve son origine dans le milieu de la mode et apporte une touche de luxe dans l'intérieur.

La tendance aux surfaces mates en laqué et stratifié laqué est toujours d'actualité. En plus de notre couleur vedette blanc alpin, la palette des coloris unis s'élargit avec trois nouvelles couleurs : savane, noir et aqua.

Le retour au naturel et aux intérieurs confortables reste marqué. nobilia suit cette tendance avec le nouveau décor chêne d'Halifax. Grâce à son gaufrage en relief original, le décor chêne d'Halifax est particulièrement authentique, tant au regard qu'au toucher.

Le segment des cadres de porte a également été élargi de trois modèles supplémentaires. Ceux-ci complètent la gamme pour un style classique moderne ainsi que des cuisines au style cottage moderne.

Les frontières entre les univers de la cuisine, du repas et du salon sont toujours plus effacées. Le nouvel élément haut vitré Boulevard s'inscrit dans cette tendance à l'ouverture des différents espaces d'habitation. Avec son style vitrine, il apporte du confort dans la cuisine et offre un présentoir idéal pour les œuvres d'art et objets de collection.

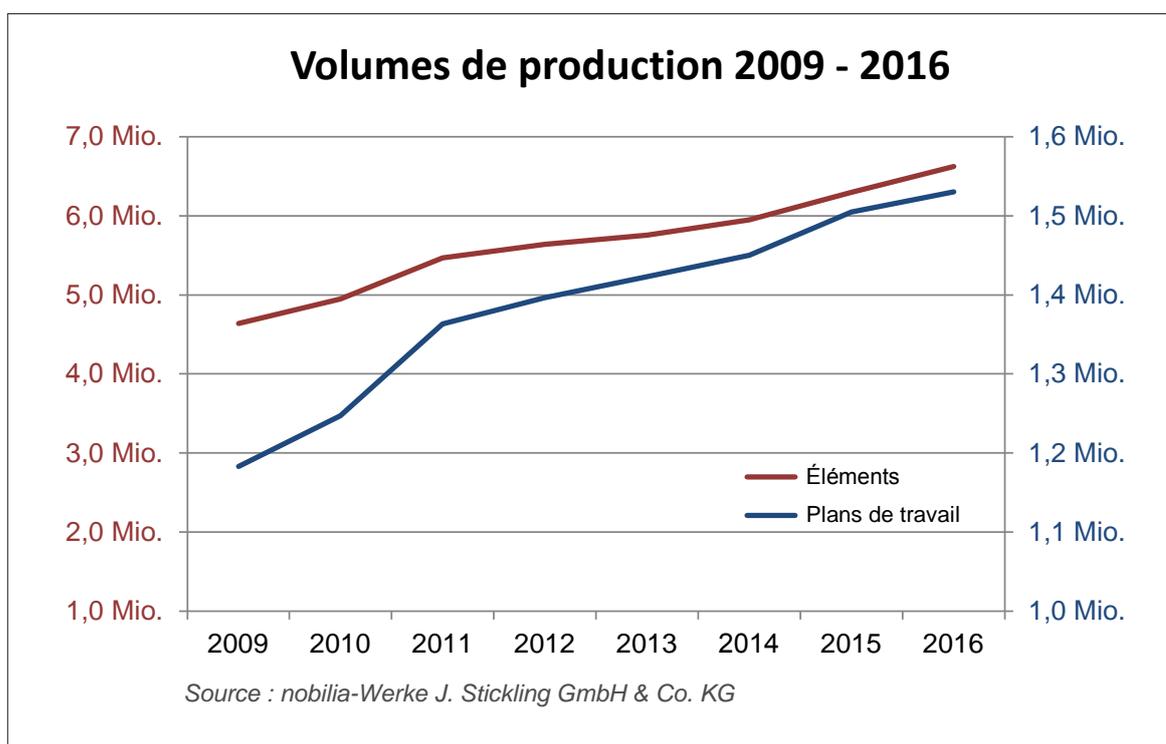
Pour les fonds d'étagères et habillages de crédence, nobilia propose de nouveaux systèmes d'éclairage LED intégrés. Équipés de la technologie Emotion, ils créent une ambiance expressive dans la cuisine.

Dans le domaine de l'électroménager, les bouches d'aération ont le vent en poupe. Afin de tenir compte de cette tendance, nobilia a intégré les bouches d'aération de Airforce et Elica à sa gamme d'appareils. Aux côtés d'une sélection indépendante de modèles de meubles pour plan de cuisson avec bouche d'aération, une fois encore, nous proposons aux distributeurs une solution complète auprès d'un même fournisseur.

Les échos de l'accueil commercial réservé aux nouveautés de la collection sont très positifs. La rentrée élevée des commandes des cuisines d'exposition après le salon interne est un indicateur fiable du très bon accueil fait à la collection 2017 sur le marché.

## 5. Production et investissements

Avec env. 660 000 commandes de cuisines, env. 6,6 millions d'éléments et plus de 1,5 million de plans de travail, nous avons atteint, avec la croissance de ventes suivante, de nouveaux plafonds en termes de volumes de production.



Le volume de production quotidien a atteint à la fin de l'année environ 29 700 éléments, parmi lesquels 13 500 ont été produits dans l'usine de Verl-Kaunitz. Avec un volume de production de 16 200 éléments, l'usine de Verl-Sürenheide a atteint, et ce déjà depuis quelques années, les limites de sa capacité. La hausse des volumes en 2016 n'a par conséquent pu être réalisée – comme les années précédentes – que dans l'usine de Kaunitz.

En 2016, plus de 51 millions d'euros ont été investis. Les objectifs principaux de l'investissement étaient de nouveau les deux usines de Sürenheide et Kaunitz. Dans l'usine de Sürenheide, les installations en majorité dépassées ont été remplacées et les procédés de fabrication ont été améliorés.

Dans l'usine de Kaunitz, nous investissons, logiquement, plus dans le développement des capacités de production. Dans ce contexte, la fabrication de panneaux de travail et de séparation a été encore renforcée. En outre, les procédés de fabrication existants ont été optimisés face à une complexité toujours plus grande des produits.

Un autre objectif d'investissement dans l'usine de Kaunitz est la réalisation d'un centre logistique hautement automatisé consacré aux matériaux accessoires, dont la mise en service est planifiée pour la premier semestre 2017.

Les autres investissements concernant le domaine de l'informatique et de la technologie de l'information ainsi que le parc de véhicules ont été l'acquisition de 20 tracteurs et 72 nouvelles semi-remorques.

## 6. Environnement et durabilité

Pour nobilia, la croissance et le changement sont indissociablement liés à la durabilité et à la continuité. Étant l'une des entreprises les plus ancrées dans la région, nobilia se sent également responsable de ces valeurs particulières à long terme, et elle s'engage donc tout autant pour les intérêts économiques, écologiques et sociaux.

nobilia se sent hautement responsable des clients et employés, des produits et des procédés de fabrication. La qualité de nos produits, et par conséquent des services qui leur sont liés, est notre objectif prioritaire. nobilia se sert de son « système de management intégré pour la qualité et l'environnement » comme d'un instrument visant l'amélioration continue de toutes ses prestations et procédés. La qualité des produits et des procédés de production ainsi qu'une orientation sur les besoins du client comptent parmi les facteurs de succès essentiels de l'entreprise. Dans ce contexte, nobilia fait évaluer depuis de nombreuses années son système de gestion par un organisme neutre. La certification externe conformément aux normes internationales pour la qualité, la protection de l'environnement et la gestion de l'énergie a de nouveau été obtenue en 2016.

En tant que fournisseur de près de 3 000 cuisines par jour, nobilia a un besoin en ressources adéquates élevé. nobilia mise en majeure partie sur le bois – et par conséquent sur les matériaux naturels – de sorte qu'une maîtrise durable et prospective de ces matières premières et ressources est impérative. nobilia confirme son fort engagement via son système de gestion de l'environnement certifié ISO, ainsi que via la certification PEFC pour l'utilisation de matériaux en bois issus d'une exploitation forestière durable.

En tant que premier fournisseur de cuisine, nobilia a déjà adhéré en 2016 au « pacte climatique pour l'industrie du meuble » de DGM (association allemande pour la qualité du meuble) lancé en début d'année. De plus, nobilia souligne de nouveau son sens des responsabilités vis-à-vis de l'environnement et des objectifs climatiques de l'État allemand ainsi que des Nations Unies. Le fondement du pacte climatique de DGM repose sur l'évaluation du bilan CO<sub>2</sub> d'une entreprise. Celui-ci est analysé en permanence en collaboration avec un conseil en matière de protection climatique. Élargissant le système de gestion de l'énergie déjà instauré en 2013 selon la norme DIN EN ISO 5001:2011, le bilan CO<sub>2</sub> permet à nobilia de déterminer des

points de départ supplémentaires pour la préservation des ressources énergétiques et de définir les mesures de protection de l'environnement spécifiques à l'entreprise.

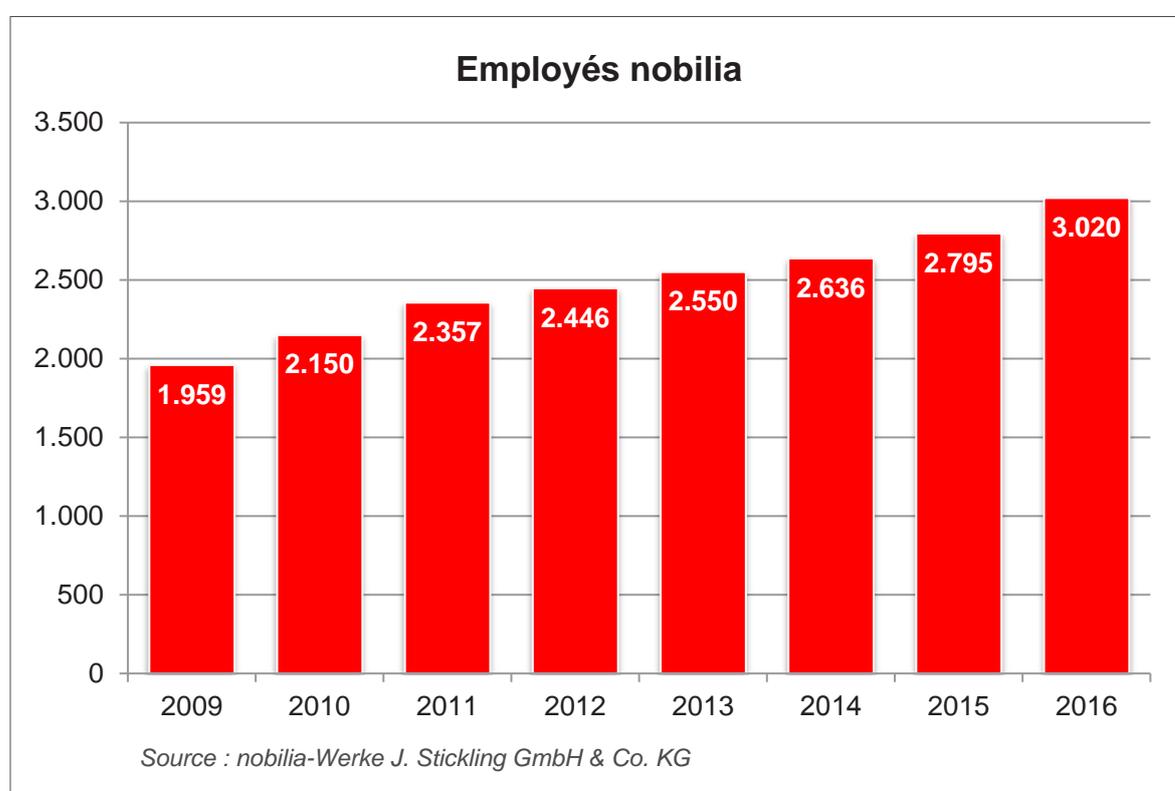
Dans le cadre de la gestion de l'énergie mentionnée, des économies potentielles supplémentaires de consommation d'énergie ont également pu être relevées en 2016. De ce fait, la consommation d'électricité de l'entreprise a chuté de 1 % par élément fabriqué. Cette économie a pu être réalisée grâce aux différentes mesures, telles que le renforcement de l'éclairage LED dans la production, la récupération de chaleur issue des compresseurs ainsi que le développement du système de retour d'énergie. La réduction de la consommation d'électricité doit revêtir la même importance, puisque le niveau d'automatisation de la production a simultanément encore été augmenté, entraînant nécessairement une consommation d'électricité plus élevée.

Depuis de nombreuses années, nobilia possède son propre parc automobile afin de garantir ses exigences de qualité élevées même lors de la livraison. Pour maintenir les émissions de CO<sub>2</sub> à un niveau aussi faible que possible, deux tiers du parc automobile sont déjà équipés de tracteurs avec la norme en matière de gaz d'échappement EURO 6. Une formation des conducteurs à la conduite éco et l'utilisation d'un système télématique favorisent également une conduite écologiquement et économiquement raisonnables. Ainsi, la consommation de diesel a pu être réduite l'année dernière de 1,2 % pour 100 kilomètres parcourus, ce qui représente une économie totale de près de 60 000 litres de diesel.

À la lumière d'une exploitation responsable des ressources, l'optimisation des cycles de matériaux compte parmi les composants supplémentaires de la stratégie d'entreprise marquée durablement. Le développement fructueux du concept d'élimination des déchets de nobilia a conduit en 2016 à une réduction supplémentaire des quantités de déchets résiduels de 5 % par élément fabriqué, par rapport à l'année précédente. Cette économie a pu être réalisée grâce à de nombreuses mesures spécifiques. Dans ce contexte, il faut principalement nommer un concept d'élimination de déchets pour une meilleure séparation des matériaux recyclables et des emballages. Ce concept prévoit un tri ciblé des matériaux recyclables pour que les matières brutes puissent être acheminées vers un système de retraitement voire de recyclage ciblé.

## 7. Employés et formation

Fin 2015, l'effectif des employés est passé de 2 795 à désormais 3 020. Plus de 350 personnes ont été embauchées pour permettre d'adapter l'effectif augmenté de 225 employés en tenant compte de la fluctuation normale. L'objectif principal des nouveaux recrutements reposait sur un renforcement du personnel pour surmonter les surcharges de capacité dans l'usine de Verl-Kaunitz mais aussi dans les secteurs de la vente et du transport.



Actuellement, 119 jeunes apprennent l'un des dix métiers commerciaux ou techniques dans l'entreprise. Ainsi, le nombre de places en apprentissage a de nouveau augmenté par rapport à l'année précédente. En raison de l'automatisation constante de nos procédés de fabrication, un double diplôme d'ingénieur industriel vient maintenant compléter pour la première fois l'offre d'apprentissage de nobilia. Dix étudiants terminent actuellement l'un des trois doubles diplômes. Grâce à la combinaison d'un apprentissage professionnel dans l'entreprise et d'un diplôme de licence, les étudiants en formation double seront préparés très largement à leurs futures activités professionnelles dans les domaines de la gestion d'entreprise, des techniques de bois ou de l'ingénierie industrielle.

Dans le cadre de l'apprentissage dispensé, 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 supplémentaires 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. Après des examens finaux réussis, un poste de travail dans l'entreprise a été proposé à tous les apprentis en 2016.

En raison du commerce à l'exportation croissant nous communiquons déjà aujourd'hui dans près de 20 langues avec nos clients à travers le monde. Avec une internationalisation croissante, des connaissances approfondies des langues étrangères gagnent chaque jour en importance, non seulement dans la vente mais également dans la quasi-totalité des domaines de l'entreprise. Dans ce contexte, un concept original de formations intensives en langues a été instauré en 2016 par nobilia.

Outre les formats traditionnels de formation, tels que les séminaires ou les exercices, le développement professionnel et personnel est intégré au quotidien professionnel. Une grande partie des connaissances est transmise par l'expérience pratique mais aussi via une collaboration directe avec des collègues et des supérieurs. Dans ce contexte, un large programme de formations internes a été instauré grâce auquel nos employés peuvent apprendre entre autres à optimiser encore davantage nos exigences élevées de qualité.

En réaction à l'évolution démographique, le concept existant a été développé dans certains domaines pour des emplois adaptés à l'âge. De plus, l'offre de postes de télétravail a été élargie pour permettre à d'autres employées encore une meilleure compatibilité de la vie familiale et professionnelle.

Fin 2016, chaque employé a, outre la prime de fin d'année garantie, reçu un paiement spécial s'élevant à 1 550 euros bruts. La dépense de l'entreprise s'est élevée au total à plus de 4,5 millions d'euros.

## **8. Attentes et planifications 2017**

En 2016, nobilia a réussi, pour la 16ème fois consécutive, à maintenir la constance de progression de son chiffre d'affaires. L'objectif en 2017 est de poursuivre sur la voie d'une croissance continue.

D'une manière générale, nous jetons un regard empreint d'un optimisme prudent sur l'année 2017. Les principaux instituts de recherche économique pronostiquent une croissance économique en Allemagne d'environ 1,3 % à 1,7 %. 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 vraisemblablement positif sur les ventes sur le marché national. Cette évolution est soutenue par un besoin durablement élevé en espace de vie « abordable », que la conjoncture immobilière a de nouveau renforcé. Les fabricants de meubles allemands pourront aussi, de nouveau, largement profiter de cette évolution en 2017. Il convient en l'occurrence de prendre en considération que le potentiel de croissance à moyen et à long terme sur le marché national n'est pas sans limites, le niveau atteint par nobilia étant déjà élevé.

Les marchés étrangers offrent, à l'inverse, des perspectives différenciées de manière inchangée. En même temps, le pronostic pour quelques marchés européens est tout à fait positif, même s'il faut prendre en compte une agitation dans certains marchés d'exportation en raison de l'évolution politique internationale, ainsi que le fait que les conséquences résultant du développement du marché ne sont pas encore prévisibles en totalité. Cela est valable par exemple pour la future orientation politique et économique des États-Unis suivant les élections présidentielles ou encore pour les conséquences de la sortie annoncée du Royaume-Uni de l'Union européenne.

Il est toutefois réjouissant de constater que, jusqu'à présent, les événements mentionnés et l'inquiétude qui les accompagne chez une partie de la population se reflètent à peine sur les données économiques. Les prévisions économiques prédisent également une croissance supplémentaire pour l'économie mondiale qui devrait être portée par la consommation privée.

Dans un contexte économique si différencié, l'indépendance de certains pays et marchés est d'une importance capitale. Avec notre commerce à l'exportation déjà bien développé, nous nous considérons également à la lumière de ces éléments comme bien équipés pour une croissance supplémentaire dans l'exportation.

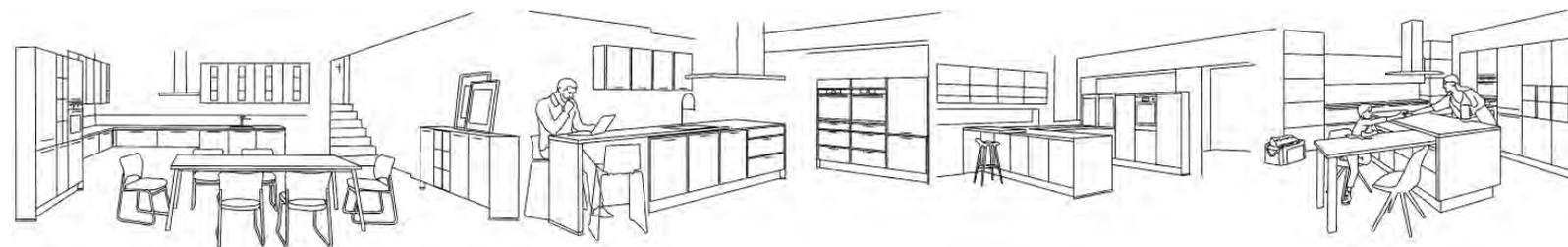
**Contact presse :**

SONJA DIERMANN

**nobilia-Werke**

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

Tél. : + 49 (0) 52 46 | 508 - 0  
Fax : + 49 (0) 52 46 | 508 - 130  
Courriel : [info@nobilia.de](mailto:info@nobilia.de)



**nobilia**<sup>®</sup>