

Conférence de presse annuelle. Exercice 2013

AGENDA

- 1. Marché global du meuble et des cuisines 2013**
- 2. Evolution du chiffre d'affaires 2013**
 - 2.1. nobilia Globalement**
 - 2.2. nobilia Marché intérieur**
 - 2.3. nobilia Export**
- 3. Groupe d'entreprises nobilia**
- 4. Salon interne 2013 et collection 2014**
- 5. Production et investissements**
- 6. Environnement et gestion durable**
- 7. Personnel et formation**
- 8. Expectatives et études prévisionnelles 2014**

1. Marché global du meuble et des cuisines 2013

Le salon du meuble de Cologne, en janvier 2014, a été l'occasion pour la branche de dresser un bilan provisoire pour l'exercice précédent 2013. Alors que l'environnement d'un tel salon devrait stimuler la pensée positive, le résumé des représentants de la branche est plutôt morose pour 2013.

Avec un chiffre d'affaires de € 16, 1 milliards en 2013, l'industrie du meuble fait face à une baisse de 3,9% par rapport à l'exercice précédent - tel est le bilan provisoire.

Cette régression dans l'industrie du meuble résulte entre autres de pertes d'affaires non négligeables sur le marché intérieur. L'affirmation d'une baisse de chiffre d'affaires de 3,8 % jusqu'à la fin octobre 2013 par rapport à celui de l'exercice précédent pour la même période est incontestable. Ceci est surtout dû aux répercussions de la faiblesse du deuxième semestre 2013. Les premiers concernés par cette régression furent les entrepreneurs de l'industrie des meubles de salle à manger-séjour, meubles de chambre à coucher, meubles de cuisine, qui durent faire face à un effondrement de 7,1 % sur le marché intérieur.

Le marché étranger a lui aussi souffert. Les baisses d'exportation vers la France, les Pays-Bas et l'Autriche furent elles aussi ressenties. Certes, des taux de croissance à deux chiffres furent atteints au niveau de l'export vers les USA et la Chine, toutefois cette hausse ne put compenser l'effondrement de la demande sur les principaux marchés européens. Les chiffres d'affaires du meuble des fabricants allemands - statut d'octobre 2013 – ont baissé de 4,1 % par rapport à l'exercice précédent.

Le secteur Cuisine a connu une évolution du chiffre d'affaires de tendance similaire, toutefois sous une forme plus modérée. L'office statistique fédéral allemand (Statistisches Bundesamt) de la VdDK (Association de l'industrie allemande des meubles de cuisine), tout comme la GfK constatent aussi une légère baisse du marché – env. de 1,0 % à 1,5 % au niveau du volume –. L'évolution tant sur le

marché intérieur qu'à l'export est similaire, entendre par là que le marché intérieur légèrement ralenti trouve son pendant dans la plupart des marchés à l'export.

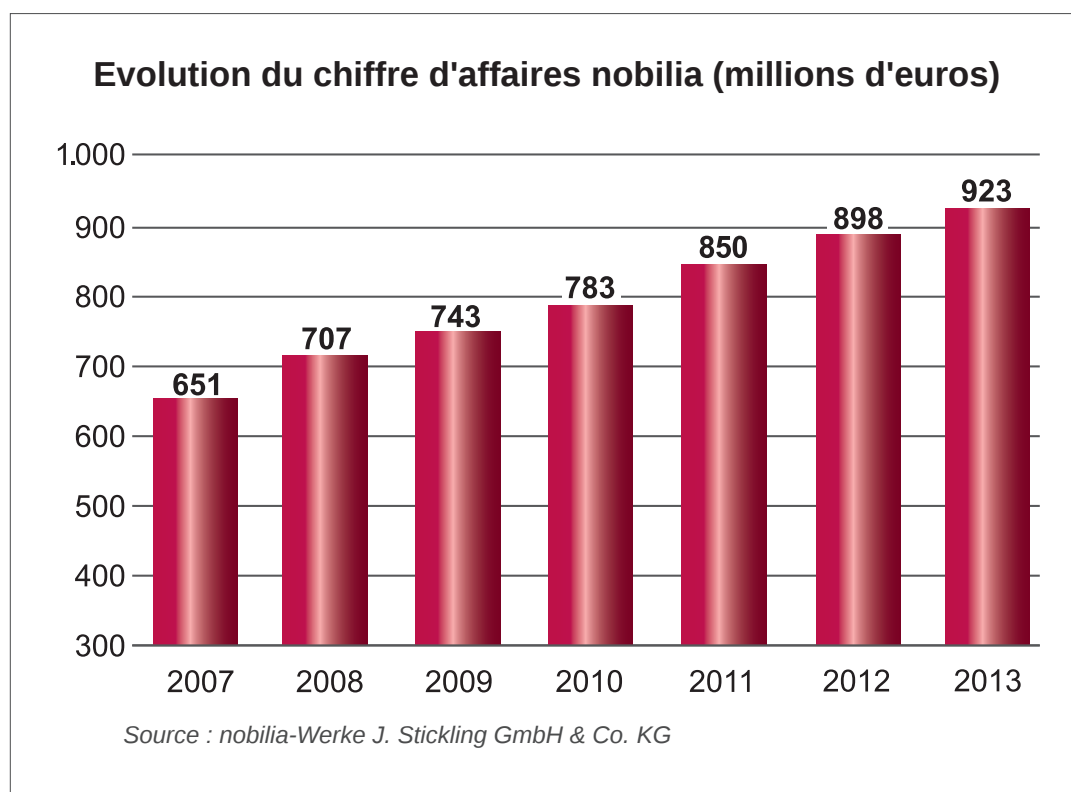
Les problèmes d'économie en général et aussi du marché de l'immobilier ont eu des impacts sur le commerce des cuisines, surtout aux Pays-Bas, en Espagne et aussi en Italie. Par contre, les marchés en Suisse et en Autriche, en Scandinavie, au Moyen-Orient et aussi en Chine sont stables. Le plus grand marché d'export des fabricants de cuisines allemands, la France, a connu une légère régression.

Il convient de noter que ces observations sont valables pour le secteur Cuisine ; certaines entreprises en divergent tant au positif qu'au négatif.

2. Evolution du chiffre d'affaires 2013

2.1. nobilia Globalement

En 2013 nobilia a aussi réussi à se détacher de l'évolution du chiffre d'affaires du secteur et à se positionner au-dessus de la moyenne.



Après un chiffre d'affaires de 897,9 millions d'euros en 2012, le produit des ventes se monte à 923,4 millions d'euros en 2013. La croissance a donc été de 25,5 millions d'euros, soit 2,8%. Avec ces valeurs, l'exercice 2013 se classe dans la croissance organique et continue et dans la tendance à long terme - toutefois sous une forme modérée avec une valeur de 2,8 %.

La position de nobilia en tant que leader du marché allemand s'affirme avec durabilité – et se renforce même si l'on considère l'évolution du marché. Avec environ 580 000 commandes tout au long de l'année ou plus de 2 600 commandes par jour ouvrable, nous avons réalisé - aussi selon des échelles physiques - un nouveau record de volume.

Ceci a tout d'abord été ressenti dans la production des éléments en bois. Il a été produit plus de 5,7 millions d'éléments et plus de 1,4 million de plans de travail. Le commerce des appareils électroménagers qui représente environ la moitié des commandes s'est déroulé avec quasiment la même constance. Avec presque 1 million de pièces, le volume atteint est environ égal à celui de l'année précédente.

Dans ce commerce dit global, nobilia a atteint une forte position sur le marché intérieur qui s'est mise en place au long de nombreuses années et qui a pu aussi être stabilisée en 2013. Par contre, pour l'export, le pourcentage des commandes avec appareils électroménagers a diminué, ce commerce ne trouvant pas une approbation illimitée sur chacun des marchés d'exportation en raison de structures commerciales différentes.

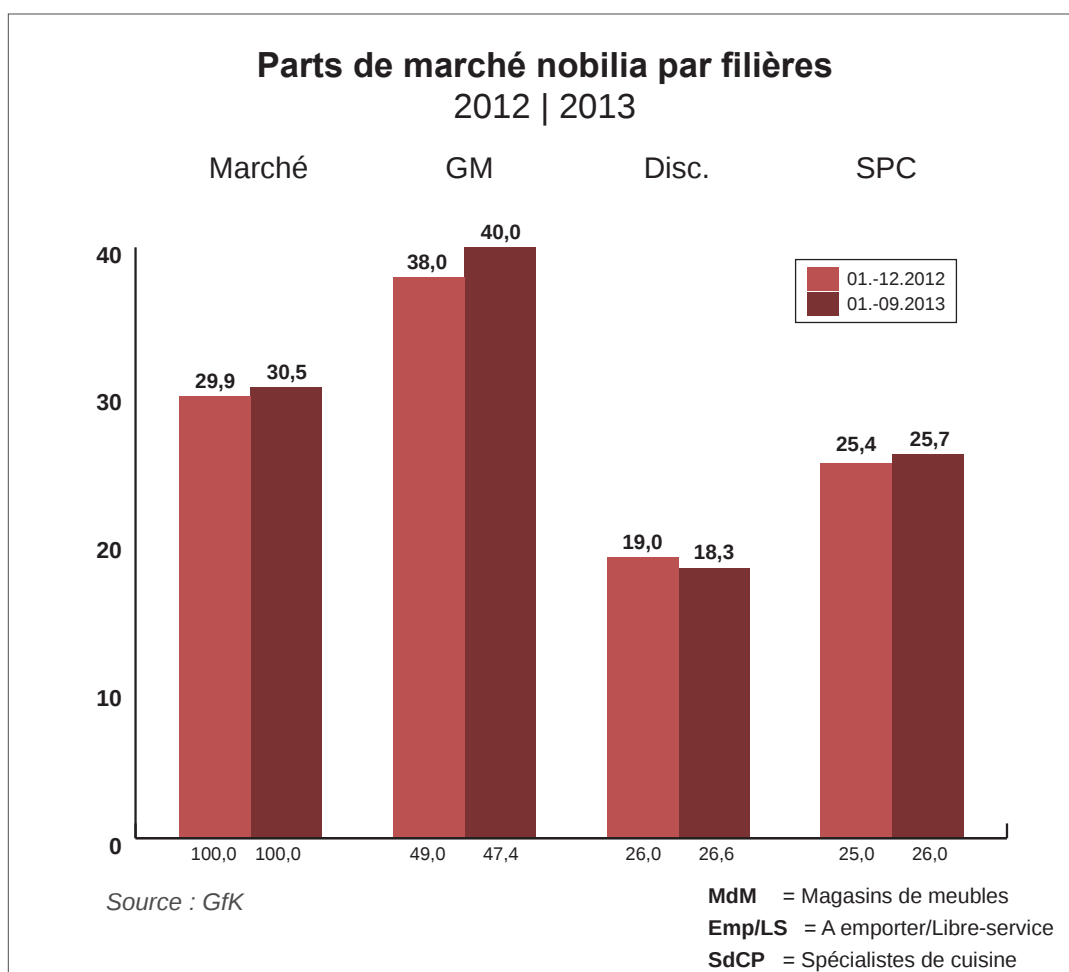
Le commerce de nos propres marques Progress, Junker et Leonard s'est déroulé positivement. Progress a été complété d'une gamme de produits d'un positionnement supérieur sous le nom de marque Progress Design-Line et Junker d'une ligne Junker+. Ces deux compléments ont stabilisé les marques Progress et Junker qui couvrent maintenant le segment moyen du marché jusqu'au segment supérieur.

Outre les marques de distributeurs précédemment mentionnées, le commerce des autres marques d'appareils comme Siemens et Constructa de la Sté BSH et la marque AEG de la Sté Electrolux, ainsi que la marque Beko du groupe Arcelik a évolué de manière satisfaisante.

2.2. nobilia Le marché intérieur

Le chiffre d'affaires sur le marché intérieur de l'exercice 2013 s'est élevé à 561,9 millions d'euros, et a de ce fait dépassé le chiffre d'affaires de l'exercice précédent de 15,1 millions d'euros. – soit une hausse de 2,8 % –. Le chiffre d'affaires du marché intérieur, avec env. deux tiers, a donc contribué à une croissance de chiffre

d'affaires absolue de 25,5 millions d'euros. Ceci est une nouveauté si l'on considère l'évolution du chiffre d'affaires au cours des dix dernières années, car jusqu'à présent le chiffre d'affaires des exportations a toujours été le moteur de croissance principal dans la comparaison des hausses de chiffre d'affaires entre l'export et le marché intérieur.

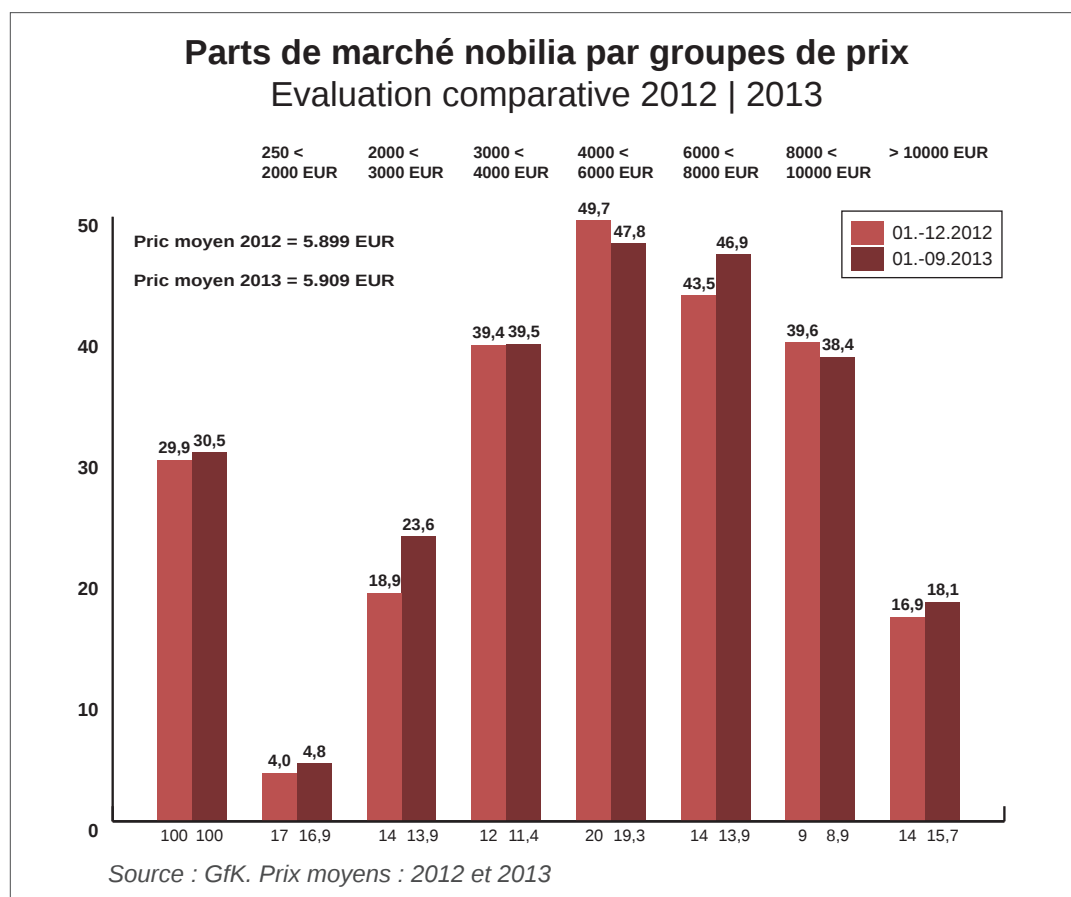


L'heureuse évolution des chiffres d'affaires sur le marché intérieur a conduit à une nouvelle hausse de la part de marché nobilia. Suite aux études de l'institut GfK sur le marché des cuisines allemand, la part de marché nobilia qui était de 29,9 % en 2012 a atteint 30,5 % au cours des premiers mois de l'année 2013. L'objectif visé avec la formule familière «une cuisine sur trois issue de Verl» s'affirme donc de plus en plus.

Outre la considération du marché global, l'institut GfK fait la distinction entre les trois filières : magasins de meubles, magasins de meubles en libre service (à emporter/

libre-service) et spécialistes de cuisine. En résumé, environ la moitié des cuisines est vendue en Allemagne par les magasins de meubles, tandis que l'autre moitié est vendue respectivement équitablement par la filière des magasins de meubles en libre service (à emporter/libre-service) et la filière des spécialistes de cuisine.

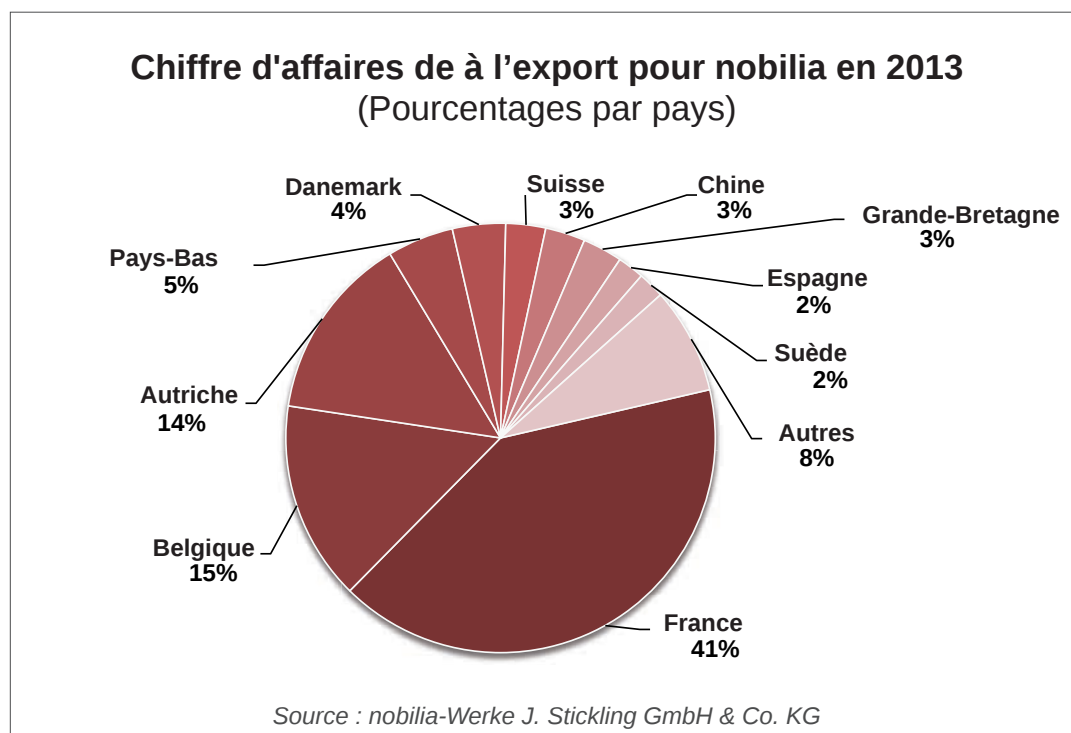
La part nobilia pour les magasins de meubles qui s'élevait déjà à 38% en 2012 a augmenté une nouvelle fois pour passer à 40% en 2013. Cette part significative a consolidé encore plus l'importance de notre position dans la filière Magasins de meubles. Notre part de 25,7% pour la filière Spécialistes de cuisine s'est également stabilisée tandis que celle de la filière des magasins de meubles en libre service (à emporter/libre-service) a, avec 18,3 %, connu une légère régression par rapport à 2012. Pour expliquer la faible proportion du chiffre d'affaires de la filière des magasins en libre-service (à emporter/libre-service), il convient de signaler qu'une quantité non négligeable des produits vendus sont des produits non montés qui ne provient donc pas de chez nobilia.



Selon l'institut GfK le marché allemand – sans IKEA – écoule environ 1,2 millions de cuisines dont env. 370 000 sont fournies par nobilia. Statistiquement parlant, le prix moyen d'une cuisine est passé en 2013 à environ 5 900 euros pour le consommateur final du marché allemand. Cette valeur correspond quasiment à un euro près au prix de consommateur final moyen des 370 000 cuisines fournies par nobilia.

Une analyse en fonction des prix consommateur final montre que presque 70% de toutes les cuisines sont vendues dans une fourchette allant de 2 000 euros jusqu'à un peu moins de 10 000 euros. L'évaluation des parts de marché nobilia dans chacun des groupes de prix est très révélatrice à ce propos. Cette part est faible – 4,8 % – dans le segment en dessous de 2 000 euros. Elle augmente à 23,6 % dans le segment entre 2 000 et 3 000 euros et oscille entre 38,4 % et 47,8% dans le segment entre 3 000 et 10 000 euros. Une dominance en milieu de marché est en l'occurrence évidente.

2.3. nobilia Export



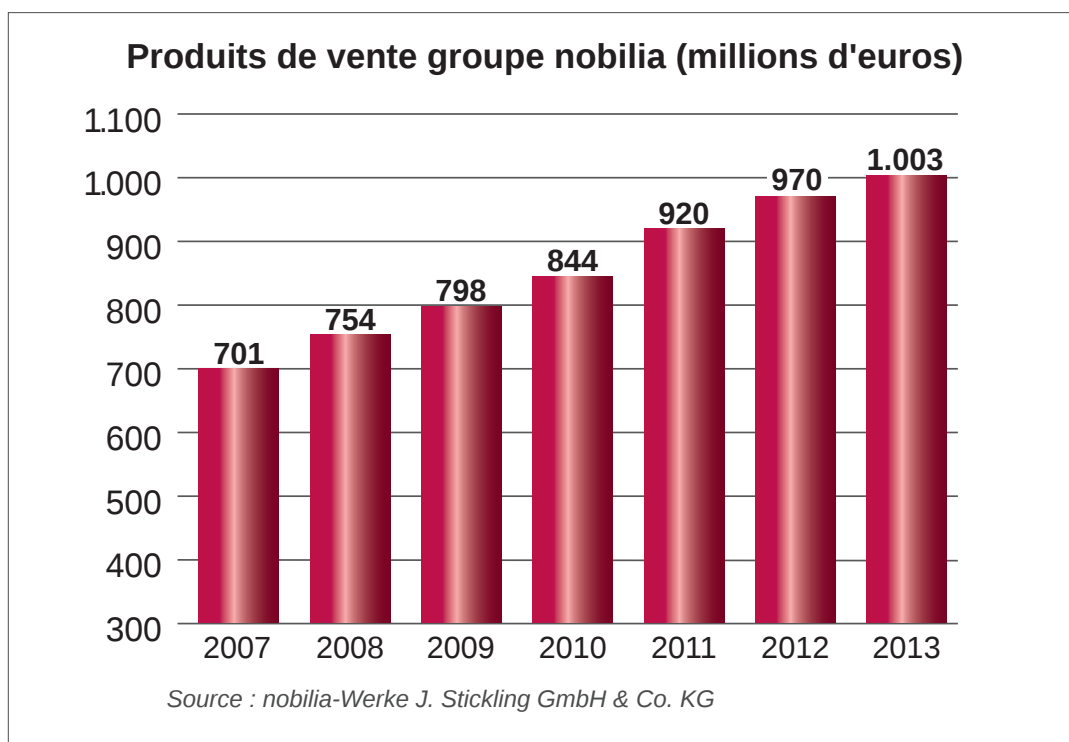
Avec ses 361,5 millions d'euros en 2013 le chiffre d'affaires a dépassé celui de l'exercice précédent (351,1 millions d'euros) de 10,4 millions d'euros. La valeur qui en résulte pour la croissance relative sur le marché étranger est de 3,0 %. La proportion, donc la part de l'export sur le chiffre d'affaires global, est restée inchangée à 39,1%.

Aucune modification importante n'a été constatée par rapport à l'exercice précédent en ce qui concerne les différents marchés à l'export. Le commerce avec la France domine les exportations tant d'un point de vue absolu que relatif. Malgré quelques faiblesses du marché français – on parle d'un marché global en régression de 4 % à 5 % env. – les ventes nobilia ont malgré tout augmenté une nouvelle fois en France. Les succès d'un gros client français ont considérablement contribué à cette hausse et ont permis de compenser de légères baisses chez d'autres clients.

Des hausses de chiffre d'affaires – toutefois à un niveau modéré – ont été atteintes au Danemark, en Suède, en Suisse et en Autriche. Aux Pays-Bas, tout comme en Espagne, les affaires continuent de stagner à un niveau peu élevé. Ces deux pays souffrent toujours des suites de la crise immobilière locale. Les affaires nobilia ont donc été freinées en conséquence dans ces pays là.

3. Groupe d'entreprises nobilia

Le cœur de l'activité de l'entreprise, à savoir la production des cuisines sur le site de Verl et leur distribution aux commerces à l'échelle mondiale, a été complété au cours des dernières années par diverses formes de commerce de détail – donc par la revente aux consommateurs finaux – à l'étranger. L'objectif de ces compléments était et reste de mettre en place voire d'assurer des circuits de vente pour les capacités de production croissante à Verl.



Plusieurs showrooms sont exploités en Angleterre sous la marque Kütchenhaus. Il en est de même pour la Suède il y a une participation à une enseigne opérant NOBLESSA. En Belgique, il y a une participation à une enseigne opérant sur le marché avec les sociétés Euro Center et èggo spécialisées dans la distribution. Une organisation en franchise qui opère avec les trois canaux de distribution Ixina, Cuisine Plus et Cuisines Références a été engagée sur les marchés français, belge et nord-africain. Ces trois canaux de distribution comprennent environ 300 showrooms.

Pour le calcul du chiffres d'affaires extérieur global du groupe d'entreprises nobilia, il convient, en premier lieu, d'éliminer les chiffres d'affaires internes (consolidation), ensuite, de prendre en considération les parts de participation et finalement, pour l'organisation en franchise, seules les taxes de franchise – par contre pas les produits des ventes – entrent dans le calcul.

Tenant compte de ces principes, le chiffre d'affaires extérieur 2013 du groupe d'entreprises nobilia se monte à 1 003,1 millions d'euros. Ceci correspond donc à une hausse de 32,8 millions d'euros - c'-à-d. 3,4% - par rapport à 2012.

4. Portes ouvertes 2013 et collection 2014

Comme chaque année, les portes ouvertes en septembre sont un forum destiné à la présentation de la nouvelle collection de l'année suivante au commerce et au marché. Au préalable, la résonance : grâce à une exposition toute nouvelle sur une surface d'env. 4 000 m², 90 cuisines d'exposition et plus de 10 000 visiteurs, ces journées portes ouvertes 2013 se sont avérées être un événement à grand succès.

Avec comme slogan «La prochaine étape» nobilia s'est présentée comme le pionnier ou le stimulateur des innovations techniques en matière de produit. Après le lancement d'un nouveau système de tiroirs Profi+ en 2012 , des innovations concernant les produits ont une nouvelle fois été mises au premier plan : SENSYS, LASER et LINE N sont les nouveautés de la gamme de produits 2014.

SENSYS est une nouvelle génération de charnières avec amortisseur intégré de la société Hettich lesquelles sont équipées de série sur l'équipement de l'ensemble de la gamme de produits, c'est-à-dire du haut de gamme à prix d'appel.

SENSYS offre une fermeture en douceur des portes de façades grâce à un haut degré d'amorti et permet une fermeture amortie automatique à partir d'un angle de 35 degrés, même pour des tailles et des poids de portes différentes.

Avec le concept LASER évoque une finition parfaite en terme de fabrication de façades. L'application de la technique au laser permet la réalisation d'un joint invisible entre le chant et le placage de la façade. Comparée aux procédés traditionnels,

cette méthode permet la suppression du joint de colle. On obtient une surface de qualité supérieure qui semble être en un bloc, sans joint. Les défauts esthétiques appartiennent désormais au passé.

La gamme de façades LASER est disponible au total en quatre couleurs : elle est proposée dans les coloris les plus plébiscités Magnolia et Sable fin, ainsi que dans les deux nouvelles couleurs très en vogue Blanc premium et Gris minéral.

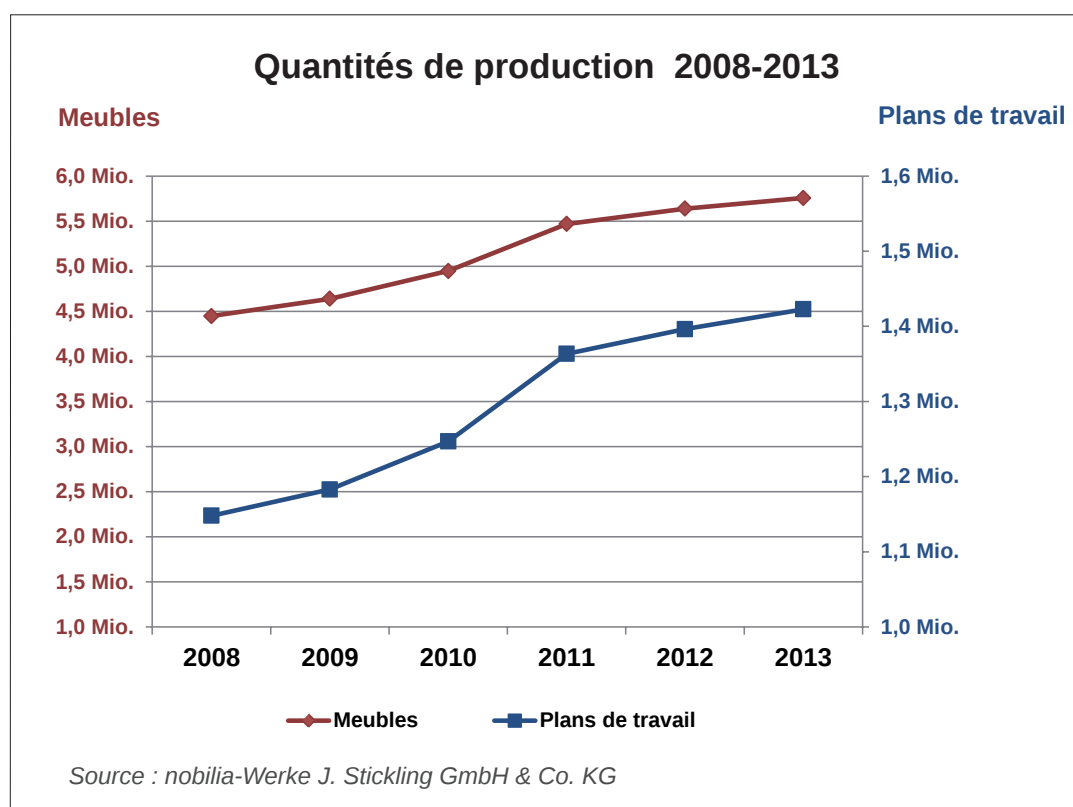
La troisième innovation de la collection 2014 est la cuisine sans poignée qui, chez nobilia, porte le nom de LINE N. Avec LINE N, nobilia crée une esthétique de cuisine sans poignée de très haut niveau, le lien avec la cuisine design sans poignée du secteur premium du marché est ainsi réalisé. En combinaison avec des façades laquées de qualité supérieure ou les nouvelles façades mates avec un chant sans joint, soudé au laser, le programme LINE N permet de concevoir des cuisines particulièrement stylées qui plairont aux adeptes du design.

Le slogan des portes ouvertes «La prochaine étape» se concrétise avec le vaste renouvellement de la gamme des façades et des surfaces. Avec 21 nouvelles façades – principalement de couleur –, trois nouveaux coloris de caissons et 16 nouveaux coloris de joues ainsi qu'une gamme de nouveaux habillages de crédence, la gamme de produits a été revue dans une ampleur inconnue jusqu'à ce jour dans l'histoire de l'entreprise.

Le commerce a naturellement accueilli ces nouveaux produits avec une résonance extrêmement favorable. Le nombre élevé des commandes passées pour les cuisines d'exposition à la fin des journées portes ouvertes est un indicateur fiable de la grande approbation.

5. Production et investissements

Avec une quantité de plus de 5,7 millions d'éléments et de 1,4 million de plans de travail, un nouveau sommet a été atteint en considération des volumes de production. Fin 2013, le volume de production réel s'élevait à env. 26 500 éléments, dont 16 300 produits sur le site de Verl-Sürenheide et 10 200 sur le site de Verl-Kaunitz.



Cette répartition des volumes de production entre les sites se modifiera à l'avenir à l'avantage du site de Verl-Kaunitz, car l'«ancienne» usine de Verl-Sürenheide a atteint ses limites en ce qui concerne sa capacité technique. Toute extension de capacité dans cette usine serait quasiment impossible sur le plan technique et peu judicieuse sur le plan commercial.

Les investissements d'un total de 57,7 millions d'euros ont été en conséquence répartis entre les deux usines de manière à permettre le remplacement des groupes obsolètes ou usés de l'usine de Verl-Sürenheide alors que la capacité de l'usine Verl-Kaunitz a été augmentée avec précaution par l'extension des installations – aussi en vue de la future montée en puissance qui doit intervenir obligatoirement à l'usine de Verl-Kaunitz.

La priorité des investissements dans l'usine de Verl-Kaunitz a été accordée à la fabrication d'un nouvel entrepôt à rayonnages grande hauteur de 5 000 m² de surface et de 36 m de haut, avec environ 55 000 places d'entreposage. Cet entrepôt est déjà achevé en ce qui concerne la technique de construction, infrastructure comprise. Les systèmes de commande et de transport sont actuellement en rodage voire en cours de programmation. La mise en service définitive aura lieu au mois d'avril 2014.

Pour des amortissements de 28,1 millions d'euros et des capitaux propres de plus de 50% du total du bilan, les investissements ont pu être financés, en grande partie, par des fonds propres.

6. Environnement et gestion durable

Du côté de la technique, la certification du système de management énergétique a été l'axe prioritaire pour le thème de la gestion durable. Nous avons donc pu, en mars dernier, prouver avec succès à l'égard des auditeurs du TÜV-Rheinland que le système de management énergétique répondait aux exigences de la norme internationale DIN EN ISO 50001. L'objectif de ce système consiste à améliorer en permanence l'attitude et le comportement par rapport aux diverses sources d'énergie et est, par conséquent, lié à la réduction de la consommation d'énergie et de ce fait aussi à celle des coûts d'énergie.

En tête des coûts d'énergie on trouve naturellement les frais d'électricité occasionnés par les machines, les dispositifs d'aération et de climatisation, les systèmes de convoyage et l'éclairage.

En considération de la nouvelle hausse à venir des frais d'électricité spécifiques, des progrès - particulièrement aux points de consommation essentiels - sont absolument capitaux pour des raisons économiques.

Divers projets relatifs au management environnemental sont en cours pour le parc automobile. Une conversion de l'ensemble du parc de poids lourds conforme à la norme Euro 6 en matière d'émissions est prévu au plus tard jusqu'en 2019. Ceci repose sur les principes de la norme ISO 14001 qui concernent le management environnemental. En conséquence, 36 poids lourds ont déjà été adaptés à cette norme environnementale Euro 6.

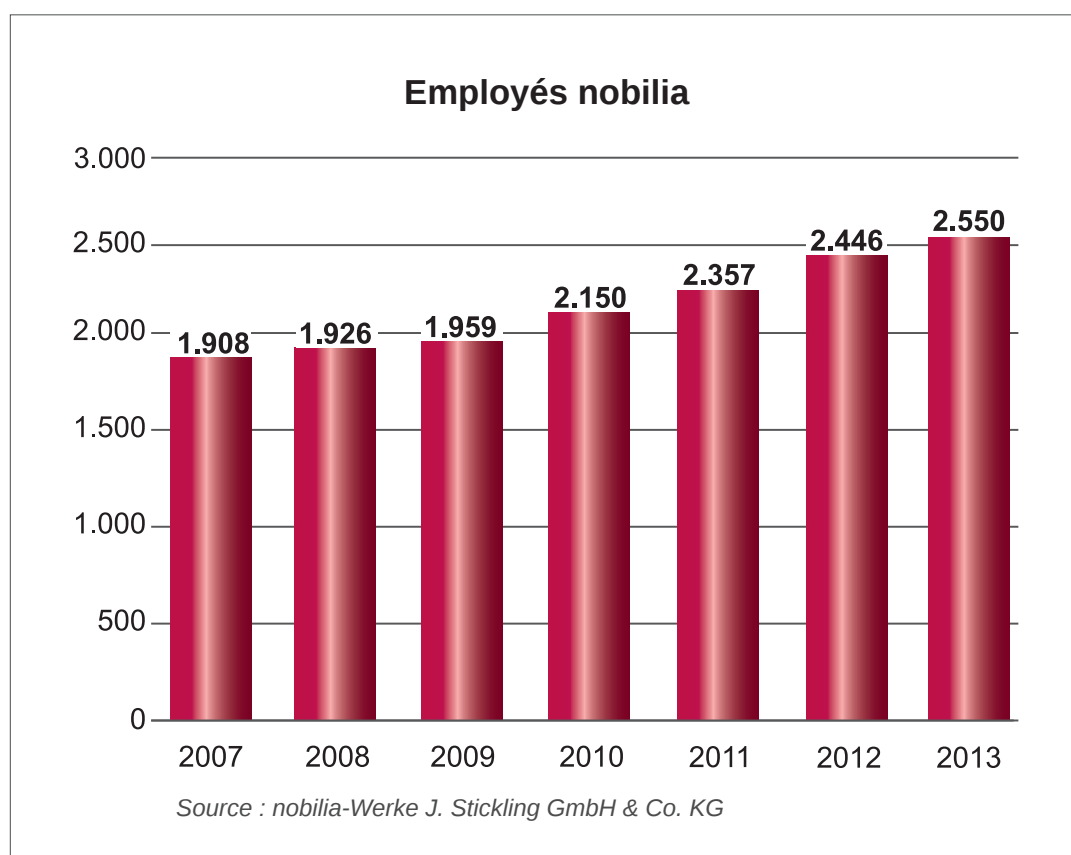
Outre ce point, toute une série d'autres projets sont en cours, comme l'amélioration des itinéraires par un nouveau système de planning IT et encore l'amélioration du niveau d'utilisation des semi-remorques et aussi une formation des conducteurs pour une optimisation de la consommation par le style de conduite.

Quant aux déchets et à leur élimination– nobilia a déjà entièrement modifié son concept d'évacuation vers la gestion des déchets. Au lieu de travailler avec plusieurs entreprises de collecte des déchets, nous avons conclu un contrat avec un collecteur général, selon lequel ce dernier entreprend, en collaboration avec les employés nobilia, un tri des déchets nettement amélioré. La mise en œuvre d'autres catégories de gestion des déchets (p. ex. pour l'acier, l'aluminium, les déchets de tôle, les feuilles synthétiques) a, depuis 2012, permis de réduire considérablement la production de déchets résiduels si onéreuse. En outre, les remboursements des éliminations des déchets ont naturellement considérablement augmentés.

Pour compléter le tableau, il convient encore de mentionner que l'usine entière est chauffée avec les déchets de bois produits pendant la fabrication, Quant aux copeaux ou au surplus de déchets de bois, ils sont revendus à des fins de recyclage.

7. Personnel et formation

L'effectif des employés a encore augmenté en passant de 2 446 fin 2012 à 2 550 en 2013. Plus de 150 personnes ont été embauchées pour pouvoir parvenir à l'augmentation de près de 104 employés en considération de la fluctuation normale. Ces nouvelles embauches ont surtout concerné l'usine de Verl-Kaunitz et le service commercial interne.



Le nombre des places d'apprentissage a lui aussi encore augmenté, de sorte que l'effectif des apprentis est actuellement de 106. Nous avons, pour la première fois, proposé des places d'apprentis pour la formation d'informaticiens pour le développement de solutions Informatique. Grâce aux cours donnés au sein de l'entreprise tant dans le domaine commercial que technique, nous avons pu améliorer en conséquence les résultats des examens finaux de la formation professionnelle (entre autre, deux apprentis de notre entreprise ont reçu le prix du meilleur apprenti de la promotion décerné par l'IHK, la Chambre de commerce et d'industrie allemande) et préparer les apprentis de manière optimale à leur vie professionnelle. En 2013 aussi, un poste dans l'entreprise a été proposé à tous les apprentis qui avaient réussi leur examen.

Les accords de coopération existant avec des écoles ont été élargis. Un accord de coopération a été conclu avec le collège technique Reckenberg de Rheda-Wiedenbrück. En 2013, nous avons parallèlement participé au total à cinq salons professionnels ou de formation professionnelle non loin de notre entreprise.

Pour mieux concilier vie familiale et exigences professionnelles, nous avons, outre l'extension des offres d'emploi pour Home Office, traité avec la commune de Verl pour permettre à nos employés de disposer de places de jardins d'enfants à proximité de notre entreprise.

Dans le cadre d'un système de gestion de la santé en entreprise (GSE), diverses conférences, p. ex. sur le cancer de la peau, des cours de gymnastique pour le dos, le sevrage tabagique et sur le Nordic Walking, ont été proposés pour veiller à la santé des employés et les encourager à en prendre soin. De plus, la cantine de l'entreprise propose des repas sains. Nous avons, pour la première fois, outre les dons de sangs traditionnels, pris part à une spécification pour le don de moelle osseuse.

Outre la gratification de fin d'année fixée par convention collective, chaque employé a perçu, en décembre 2013, une prime exceptionnelle de 1 700,00 euros brut. Son coût pour l'entreprise s'est monté à environ 4,5 millions d'euros.

8. Expectatives et études prévisionnelles 2014

Comme chaque année, le salon du meuble de Cologne est le premier indicateur pour les attentes commerciales du nouvel exercice. Comme la direction du salon le communique, le salon 2014 a été tout à fait réussi si l'on considère le nombre des exposants et des visiteurs.

Le nombre croissant de constructions neuves permet de s'attendre à une hausse dans le secteur de l'équipement ménager avec l'achat d'une première cuisine. De plus, l'institut GfK constate que le haut niveau de prévision d'achat des consommateurs finaux pour l'acquisition de biens de consommation de longue durée est resté inchangé. Les «impressions» sur le marché intérieur sont donc jusque là absolument positives.

Les marchés extérieurs restent inchangés et offrent des perspectives différenciées. L'Europe du Sud n'a toujours pas surmonté les conséquences de sa crise. Le marché français peut être estimé de stable à légèrement stagnant. On prévoit une évolution positive des autres marchés importants en Europe.

Sachant que la part du marché extérieur s'élève approximativement à 40%, la situation sur les marchés extérieurs déterminera donc le déroulement des affaires en 2014. Une hausse du chiffre d'affaires, lequel au pire devrait être identique à celui de l'exercice 2013, est prévu pour toute l'entreprise.

Contact presse :

SONJA DIERMANN

nobilia-Werke

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

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

