

3,93 milliards d'euros de chiffres d'affaires réalisés / Valeurs maximales pour les chiffres d'affaires, le personnel et les investissements / Consommation d'énergie et d'eau réduite de plus de la moitié depuis 2000, sans faire aucun compromis en matière de confort et de résultats

## **Miele annonce une croissance de 5,9 pour cent de son chiffre d'affaires – et plus de 1000 nouveaux collaborateurs**

**L'entreprise familiale Miele conforte son rythme de croissance dans le monde entier à un niveau élevé. Miele, leader mondial sur le marché des appareils ménagers haute gamme, a réalisé un chiffre d'affaires de 3,93 milliards d'euros durant l'exercice 2016/17, clôt le 30 juin 2017, soit 218 millions d'euros ou 5,9 pour cent de plus que l'année précédente. La plus forte croissance a été enregistrée dans le domaine des appareils encastrables et des aspirateurs. Les points forts du rapport annuel sont l'acquisition de la majorité des parts du spécialiste italien de technologie médicale Steelco, le lancement de Miele Venture Capital GmbH et le nouveau domaine d'activités « Smart Home ». Miele emploie actuellement environ 19 500 collaborateurs. 225 millions d'euros ont été investis pendant la période couverte par le rapport.**

La direction du groupe Miele qualifie la croissance actuelle des chiffres d'affaires de « très satisfaisante ». Pour la troisième fois consécutive, la croissance a été nettement supérieure à la moyenne des dix dernières années, malgré des conditions difficiles sur des marchés importants tels que la Russie, la Turquie ou la Grande-Bretagne (en raison des cours de change). La pression sur les prix n'a pas cessé de croître dans la quasi-totalité des groupes de produits et marchés importants.

Le groupe traditionnel de Gütersloh oppose à l'agressivité tarifaire d'autres fabricants une haute exigence en matière de qualité et d'innovation pour conforter sa position de leader, par exemple sous la forme de modèles haut de gamme dotés de technologies disponibles uniquement chez Miele. L'électroménager d'entrée de gamme est en outre plus attractif grâce à des performances et à un confort accrus. Au cas par cas, la société propose également de nouveaux prix-repère. Toutes ces mesures s'accompagnent de l'extension constante de l'image de marque sur les marchés mondiaux, ce qui

donne de nouvelles impulsions aux activités sur un nombre croissant de marchés.

Ainsi, la direction de Miele s'attend cette année à une croissance supplémentaire tangible des chiffres d'affaires et des quantités vendues. Ces attentes se fondent sur une gamme de produits attractifs, une excellente commercialisation parfaitement parée pour les tâches qui lui incombent ainsi que sur les pronostics largement favorables pour l'Allemagne, l'Europe et le monde entier.

### **Forte croissance aux États-Unis, en Australie, au Canada, en Asie – et en Allemagne**

En Allemagne, Miele a réalisé 1,18 milliard d'euros de chiffres d'affaires, enregistrant ainsi une croissance de 6,8 pour cent. Miele y est le leader incontesté du marché ces dernières années – et la marque numéro un du commerce spécialisé en gros électroménager. Hors des frontières allemandes, il faut souligner le rôle joué par les États-Unis, l'Australie, le Canada, l'Autriche et différents marchés asiatiques. En Grande-Bretagne, Miele est également parvenue à étendre nettement ses activités (dans la monnaie nationale), mais ces effets ont été largement annihilés par les conséquences du Brexit sur les cours de change. Pour ce qui est du sud de l'Europe, l'Italie et l'Espagne ont fait un retour impressionnant. Le pourcentage du chiffre d'affaires réalisé hors d'Allemagne est pratiquement constant et s'élève à 70,0 pour cent (année précédente : 70,1 pour cent).

Si on se penche sur les différents groupes de produits, le succès des lave-vaisselle de Miele ne s'est pas démentie pendant l'exercice passé, avec maintenant quasiment 40 pour cent de chiffre d'affaires en plus en l'espace de trois ans. Dans le domaine de l'entretien des sols, le Blizzard CX1, le premier aspirateur sans sac de Miele, a été lancé avec succès sur le marché après sa présentation lors du salon IFA 2016. Miele a pour la première fois vendu plus de 2,5 millions d'aspirateurs en l'espace d'une année commerciale, devenant ainsi à nouveau le leader sur le marché européen (aspirateurs avec/sans sacs, en se basant sur les chiffres d'affaires et les unités vendues).

Avec sa gamme d'appareils encastrables sans poignées ArtLine, dont les portes s'ouvrent électriquement sur simple effleurement, Miele a sciemment complété son offre pour les cuisines haut de gamme avec intégration à fleur de plan. Dans le domaine de l'entretien du linge, le sèche-linge séchant WT1 a posé de nouveaux jalons avec une durée globale de cycle de moins de trois

heures, le système de dosage connecté TwinDos – et une augmentation des ventes de 40 pour cent.

### **Smart Home: nouveau secteur d'activité, nouvelle filiale, nouvelle coopération**

Dans le domaine de l'électroménager connecté, le pionnier de longue date qu'est Miele a posé à plusieurs reprises des jalons durant l'exercice en cours : Le nouveau domaine d'activité Smart Home prend forme depuis l'automne dernier avec le développement, la production et la commercialisation réunis sous un seul et même toit. Miele soutient des start-ups prometteuses avec sa nouvelle filiale Miele Venture Capital GmbH, pouvant même aller jusqu'à une participation au capital. L'accent y est mis sur des modèles commerciaux, des technologies et applications liés aux thèmes comme le Smart Home ou l'industrie 4.0, sans oublier les technologies de fabrication ou de produit innovantes. La société a présenté l'extension culinaire de son application Miele@mobile à l'occasion du salon LivingKitchen au mois de janvier. On peut maintenant y télécharger plus de 1100 recettes Miele et 200 vidéos inspirantes de préparations culinaires grâce à une collaboration exclusive avec le portail « Kitchen Stories ».

### **Steelco fait maintenant partie du groupe Miele**

Le secteur d'activité Miele Professional, comprenant la technologie d'entretien du linge, les lave-vaisselle professionnels et la technologie médicale et de laboratoire a réalisé un chiffre d'affaires de 484 millions d'euros durant l'année commerciale passée. Cela correspond à une augmentation de 1,6 pour cent, sachant que la comparaison avec l'année précédente est grevée par un effet non récurrent dans la technologie d'entretien du linge. Les lave-vaisselle professionnels, avec une gamme de produits en grande partie revue et modifiée, ont quant à eux enregistré une augmentation de plus de huit pour cent, tout comme le domaine des services. On peut actuellement s'attendre à une évolution aussi positive pour les machines de blanchisserie grâce aux consommations de courant et d'eau nettement réduites de la nouvelle génération d'appareils « Benchmark Plus ».

Dans le secteur de la technique médicale, la position sur le marché s'est considérablement améliorée avec l'acquisition du très renommé groupe italien Steelco par le groupe Miele. Les activités liées aux projets d'équipement des centrales de stérilisation dans les cliniques seront regroupées chez Steelco. Miele se concentrera quant à elle sur les cabinets médicaux et laboratoires.

Pour s'assurer un partenariat durable, Miele a fait l'acquisition de la majorité des parts de Steelco, sachant que Steelco restera une société autonome. L'objectif commun est le suivant : offrir à la clientèle un portefeuille de produits encore plus performant ainsi que le meilleur service possible. En cumulant les résultats, le chiffre d'affaires actuel de la nouvelle alliance s'élève à environ 250 millions d'euros, avec un potentiel de croissance significatif. Mais cette nouvelle constellation n'a eu aucun effet sur le chiffre d'affaires de Miele durant l'exercice sous revue.

### **Davantage de personnel en Allemagne et à l'international**

A la date du 30 juin 2017, 19 465 collaboratrices et collaborateurs travaillaient pour Miele, soit 1095 collaborateurs ou 6,0 pour cent de plus que l'année précédente. Les nouveaux emplois ont surtout été générés en complément dans les secteurs où l'évolution positive des affaires a nécessité des capacités supplémentaires, donc dans une série d'usines et dans les sociétés de commercialisation et de service.

La promotion et la formation compétente des collaboratrices et collaborateurs jouent également un rôle crucial dans le rapport de durabilité de Miele 2017, long de 250 pages et publié en ligne le 30 juin au format PDF ([www.miele.com/nachhaltigkeit](http://www.miele.com/nachhaltigkeit)). Ce rapport met en outre l'accent sur le rendement énergétique des produits Miele pendant la totalité du cycle de vie – ainsi, Miele a réduit la consommation d'énergie et d'eau de ses appareils de plus de la moitié depuis 2000, sans pour autant faire de compromis en matière de confort et de résultats. Cela vaut également pour la protection de l'environnement sur les différents sites du groupe : ici, les émissions de CO<sub>2</sub> inhérentes à la production d'énergie ont pu être réduites de plus de 50 % durant la même période.

### **Investissements importants dans la production et la commercialisation**

Durant l'exercice écoulé, le groupe Miele a investi au total 225 millions d'euros, soit 41 millions d'euros ou 23 pour cent de plus que l'année précédente. Près des deux tiers du montant total ont été investis dans les sites en Allemagne, avec environ 60 pour cent pour la mise au point d'appareils et pour l'extension, la transformation et la modernisation de la production. Le site administratif, de commercialisation et de logistique de Gütersloh a également été modernisé et étendu. Une attention particulière revient ici à la construction de la première crèche Miele en Allemagne, qui

ouvrira ses portes le 1<sup>er</sup> mars 2018. Miele a inauguré de nouveaux showrooms à Bolzano, Hong Kong, Madrid, Paris, Split ou Stockholm.

Le remplacement au sein de la direction du groupe Miele, annoncé de longue date, s'est déroulé comme prévu. Le D<sup>r</sup> Eduard Sailer est parti à la retraite fin 2016 après 19 ans de succès au poste de directeur technique. Le D<sup>r</sup> Stefan Breit, ancien directeur de l'usine de fabrication d'appareils à Gütersloh, lui succède dans cette fonction. Pour assurer une transition sans heurt, Monsieur Breit avait été nommé - provisoirement sixième - directeur dès avril 2016. Les autres membres de la direction, dont tous les membres ont les mêmes droits, sont Olaf Bartsch (finances/administration centrale), le D<sup>r</sup> Axel Kniehl (marketing/commercialisation) ainsi que le D<sup>r</sup> Markus Miele et le D<sup>r</sup> Reinhard Zinkann (associé directeur).

**A propos de l'entreprise :** Miele est le leader mondial sur le marché des appareils ménagers Premium pour les secteurs de la cuisine, de la pâtisserie, de la cuisson vapeur, de la réfrigération-congélation, de la préparation de café, des lave-vaisselle, des lave-linge et de l'entretien des sols. Il fabrique également des lave-vaisselle, lave-linge et sèche-linge pour l'usage industriel ainsi que des laveurs-désinfecteurs pour les équipements médicaux et de laboratoire (« Miele Professional »). L'entreprise fondée en 1899 est représentée dans presque 100 pays, que ce soit par ses propres sociétés de distribution ou par ses importateurs. Gérée actuellement par la 4<sup>e</sup> génération de la famille fondatrice, elle occupe quelque 19 500 personnes dans le monde entier, dont 430 environ dans la société de distribution suisse.

**Contact médias :**

Barbara Haueter

Téléphone : +41 56 417 2540

E-mail : [barbara.haueter@miele.ch](mailto:barbara.haueter@miele.ch)

**Photo accompagnant le texte**

**Poto 1 :** La direction du groupe Miele (de g. à dr.) : D<sup>r</sup> Stefan Breit (technique), D<sup>r</sup> Markus Miele (associé directeur), Olaf Bartsch (finances et administration centrale), D<sup>r</sup> Reinhard Zinkann (associé directeur), D<sup>r</sup> Axel Kniehl (marketing et commercialisation). Photo : Miele)

[www.miele.ch/de/m/presse-mitteilungen](http://www.miele.ch/de/m/presse-mitteilungen)