

Communiqué de presse

Le groupe Miele réalise une hausse de 7,5 pour cent de son chiffre d'affaires et enregistre son meilleur exercice en Suisse depuis sa création

- ▶ Le groupe d'appareils ménagers annonce un chiffre d'affaires de 4,84 milliards d'euros pour l'exercice 2021
- ▶ Forte croissance malgré des goulets d'étranglement persistants dans le secteur des semi-conducteurs
- ▶ Pour Miele Suisse, c'est le meilleur exercice depuis sa création
- ▶ La livraison d'appareils en Russie est stoppée

Crissier, le 17 mars 2022. – Le premier fournisseur mondial d'appareils ménagers et professionnels haut de gamme donne des signes clairs de croissance durable : au cours de l'exercice 2021, le groupe Miele a réalisé un chiffre d'affaires mondial de 4,84 milliards d'euros, soit 7,5 pour cent de plus que l'année précédente. En Suisse, Miele a enregistré le meilleur exercice de son histoire. Avec ses appareils particulièrement durables et efficaces sur le plan énergétique, l'entrée dans le traitement de l'acier vert et la neutralité en CO₂ sur ses sites, Miele continue de renforcer ses efforts en direction des objectifs climatiques de Paris.

Les activités du groupe Miele ont été marquée par de fortes évolutions contradictoires au cours de l'année écoulée : d'un côté, la conjoncture spéciale historique due au coronavirus a donné un fort coup de pouce. De l'autre, Miele ressent également les perturbations dans les chaînes d'approvisionnement mondiales, notamment dans le domaine des semi-conducteurs. Toutefois, en 2021, plus d'appareils ont été produits et vendus que jamais auparavant au cours des 123 ans d'histoire de la marque haut de gamme. Le carnet de commandes est également plus rempli que jamais au début de la nouvelle année, de sorte que les signes ont également annoncé de croissance pour 2022. Afin de raccourcir à nouveau les délais de livraison, qui se sont parfois nettement allongés, Miele produit dans toutes ses usines avec la plus grande capacité possible.

En revanche, les perspectives pour le reste de l'année sont marquées par les répercussions politiques et économiques de la guerre en Ukraine, où Miele est représentée, comme en Russie, par sa propre société de distribution. La direction et le personnel du groupe Miele sont profondément bouleversés par la souffrance des personnes dans les zones de conflit et sur les routes de l'exode. Une grande vague d'entraide traverse tout le groupe, allant bien

au-delà de la seule protection des 54 membres du personnel de Miele et de leurs familles situés en Ukraine. En raison de la situation géopolitique et des impondérables qui en découlent, le groupe Miele a complètement suspendu avec effet immédiat et jusqu'à nouvel ordre la livraison d'appareils en Russie - au-delà des sanctions européennes actuelles. Les produits destinés aux soins médicaux sont exclus, dans la mesure où ils ne sont pas également concernés par les sanctions. Les boutiques propres (Miele Experience Center) et la boutique du Web sont déjà fermées depuis la semaine dernière et les investissements sur le marché sont gelés. Les emplois des plus de 230 collaborateurs et collaboratrices, ainsi que leur rémunération, seront maintenus pendant au moins six mois.

Évolution positive dans toutes les régions et tous les secteurs de produits

Avec l'augmentation du chiffre d'affaires qui vient d'être publiée, le groupe Miele a connu une croissance nettement plus forte que la moyenne à long terme, croissance à laquelle l'Europe de l'Est, la Chine et les États-Unis ont notamment contribué de manière disproportionnée. En Allemagne, Miele a réalisé un chiffre d'affaires de 1,39 milliard d'euros, qui a ainsi gagné 5,1 pour cent supplémentaires à un niveau déjà très élevé. La Suisse a également apporté sa contribution en réalisant le meilleur exercice depuis sa création. "Nous sommes fiers que Miele Suisse ait à nouveau bénéficié d'une grande confiance cette année. Ce n'est pas pour rien que les clients nous ont élus Most Trusted Brand pour la cinquième fois consécutive", rapporte Rico Fallegger, Managing Director Miele Suisse.

Afin de donner un coup de pouce supplémentaire à l'image de marque du groupe Miele dans le monde entier et d'inspirer les clients finaux, les revendeurs et les architectes, 25 nouveaux magasins de marque Miele ont été ouverts. En août dernier, le salon Miele Lounge a également été lancé à l'Allianz Arena de Munich en tant qu'élément phare de la coopération de Miele en tant que partenaire exclusif pour les appareils ménagers du FC Bayern Munich.

Malgré les difficultés d'approvisionnement en semi-conducteurs, le chiffre d'affaires a évolué positivement dans tous les groupes de produits, et en particulier dans ceux des appareils de froid, des appareils de cuisson et des lave-vaisselle. Mais dans le domaine du traitement du linge et de l'entretien des sols, ainsi que dans celui de la préparation du café, les chiffres d'affaires et le nombre de pièces sont en partie nettement supérieurs à ceux de l'année précédente. Cela est dû à la conjoncture exceptionnelle déjà mentionnée, mais aussi à l'attractivité des gammes actuelles et à leur orientation vers la préservation des ressources et la protection du climat.

Des impulsions grâce à des caractéristiques de produits innovantes et durables

Par exemple, le commerce des appareils de froid a fortement profité du besoin élevé en stockage fiable et confortable dû au coronavirus. Les caractéristiques innovantes des produits, comme le système de fraîcheur PerfectFresh Active qui permet de conserver les fruits et légumes jusqu'à cinq fois plus longtemps grâce à une fine brume, constituent un atout supplémentaire et permettent également de lutter contre le gaspillage alimentaire.

Les nouveaux appareils encastrables de la génération 7000, dont le lancement mondial a été achevé avec succès au cours de l'année sous revue, marquent des points avant tout grâce à des systèmes d'assistance intelligents pour une cuisine créative et des résultats optimaux, systèmes que l'on ne trouve que chez Miele. Dans le domaine de l'entretien des sols, Miele est également convaincant et tourné vers l'avenir dans les segments des aspirateurs avec ou sans sac, des aspirateurs balais sans fil et des aspirateurs robots.

Miele mise sur la durabilité, l'efficacité énergétique et la neutralité carbone

En outre, seul Miele teste ses lave-linge, sèche-linge, lave-vaisselle, cuisinières, fours, aspirateurs filaires et autres produits pour une durée de vie de 20 ans. Presque tous les lave-linge répondent à la nouvelle classe d'efficacité énergétique A très exigeante et grâce au procédé de lavage innovant PowerWash, les clients peuvent même laver de petites quantités à partir d'un kilo de charge avec une grande efficacité énergétique.

Depuis l'automne dernier, Miele est également présent avec de nouveaux lave-vaisselle dans la meilleure classe d'efficacité possible, la classe A. Plus de la moitié des appareils Miele commercialisés peuvent être mis en réseau. Cela permet des mises à jour à distance pour un déploiement rapide et pratique de nouvelles fonctions attrayantes, y compris pour les appareils déjà installés.

Depuis 2021, le bilan carbone de Miele est neutre sur l'ensemble de ses sites, en ce qui concerne ses propres émissions et celles de ses fournisseurs d'énergie. En complément, un objectif concret a également été communiqué pour l'empreinte carbone issue de la phase d'utilisation des appareils Miele : d'ici 2030, ces émissions doivent être réduites de 15 pour cent par rapport à 2019, si l'on se réfère à la consommation totale sur toute la durée de vie de tous les appareils lancés en 2019 ou 2020. La célèbre Science Based Targets initiative (SBTi), à laquelle Miele a adhéré en 2021, a confirmé que les objectifs de durabilité du

groupe Miele contribuent à l'objectif de 1,5 degré de l'accord de Paris sur le climat, et ce de manière scientifiquement prouvée.

Depuis 2021 également, Miele utilise, dans le cadre d'un projet pilote, de l'acier dit vert pour ses fours, dont le bilan carbone est de 66 pour cent meilleur que celui des méthodes de production traditionnelles, grâce à l'utilisation de ferraille d'acier et de sources d'énergie respectueuses du climat. L'utilisation croissante de plastique recyclé permet également de poursuivre la mise en œuvre de l'idée d'économie circulaire : la quantité de matières recyclées devrait passer à 7'500 tonnes par an d'ici 2025. Les détails de tous les thèmes de durabilité sont résumés dans le [rapport de développement durable Miele 2021](#).

Croissance également dans le secteur "Professional" et avec de nouveaux domaines d'activité

La Business Unit Professional a réalisé un chiffre d'affaires de 6,2 pour cent supérieur à celui de l'année précédente et a contribué à hauteur d'environ 14 pour cent au chiffre d'affaires total avec ses gammes de produits de blanchisserie, de lavage professionnel de la vaisselle ainsi que d'équipements médicaux et de laboratoire. Après une longue stagnation, les hôtels, les restaurants et les établissements de soins, par exemple, connaissent un net regain d'activité. Des impulsions positives ont été données au secteur des laboratoires, ainsi qu'à l'entretien du linge, notamment grâce au nouveau purificateur d'air mobile Miele AirControl.

L'objectif de la nouvelle Business Unit "New Growth Factory" est d'accélérer la croissance également en dehors de l'activité principale avec les appareils ménagers et professionnels. Dans ce domaine, deux orientations prometteuses ont été mises en place en 2021 :

- en rachetant la start-up Otto Wilde Grillers, Miele se lance dans le secteur d'avenir de la cuisine en plein air, avec un large portefeuille de solutions innovantes haut de gamme et des accessoires de qualité pour la cuisson au gaz et à l'électricité.
- La dernière venue est l'entreprise familiale Eurofilters, basée à Pelt en Belgique, qui est synonyme de solutions hautement efficaces en non-tissé, par exemple pour les sacs à poussière, les masques faciaux et la filtration du sang. Aujourd'hui déjà, Eurofilters produit une grande partie des sacs à poussière disponibles chez Miele.

“De nombreux nouveaux projets passionnants nous attendent cette année”, résume Rico Fallegger en se projetant dans l’avenir : “Chez Miele Suisse, l’accent sera surtout mis en 2022 sur la durabilité et la numérisation, afin de pouvoir offrir à nos clientes et clients la meilleure expérience Miele possible avec notre offre.”

Contact médias :

Brand Affairs AG

Téléphone : +41 44 254 80 00

E-mail : miele@brandaffairs.ch

Télécharger le texte et les photos : www.miele.ch

Trois photos accompagnent ce texte



Photo 1 : Forte croissance malgré la pénurie de semi-conducteurs, neutralité carbone sur les sites : les chiffres du groupe familial Miele sont réjouissants, tout comme la direction prise en matière de durabilité et de protection du climat.

(Photo : Miele)



Photo 2 : Appareils de cuisine encastrables de la génération 7000 : comme aucune autre entreprise du secteur, Miele est synonyme de durabilité et de confort, mais aussi de plaisir élégant. (Photo : Miele)



Photo 3 : Le Miele Experience Center à Spreitenbach, Suisse.

(Photo : Miele)