

12.06.2013 – 13:00 Uhr

Les cigares, coeur de métier du groupe Oettinger Davidoff, en pleine croissance (IMAGE)



Bâle (ots) -

Expansion dynamique de la présence mondiale - Croissance de la branche Cigares et amélioration de la rentabilité
- Cession des activités n'appartenant pas au coeur de métier - La nouvelle stratégie du groupe fait peut-être baisser le chiffre d'affaires, mais elle favorise la rentabilité.

Le groupe Oettinger Davidoff, basé à Bâle et présent dans le monde entier, leader international des cigares de grande qualité, a appliqué sa stratégie décidée en 2012, mais définie l'année précédente: se concentrer sur le coeur de métier les cigares. Ce revirement se reflète dans les chiffres de l'année passée. La vente de cigares de la marque a progressé de plus de 5% par rapport à l'année dernière. Tous les marchés principaux ont enregistré une croissance économique. Mais avec une croissance de près de 20%, les États-Unis ont aussi largement participé à cette évolution. ont contribué à ce développement. Aussi l'Asie et les ventes en Duty-Free ont progressé fortement. La part de marché de Davidoff dans le domaine des cigares de grande qualité s'élève maintenant à environ 8% dans le monde. Le groupe Oettinger Davidoff a encore progressé dans son coeur de métier, les cigares, mais son chiffre d'affaires a légèrement reculé, passant de 1,29 milliards à 1,23 milliards de francs suisses (-4,5% par rapport à l'année dernière), du fait de la cession des activités secondaires, en particulier les boutiques de stations-service, et la restructuration des branches de distribution et de commerce de gros. Conjointement à ces cessions, le nombre de collaborateurs a également été réduit d'environ 3% dans le monde, pour atteindre 3'590 personnes. La production de cigares a régressé en raison des niveaux élevés des stocks et a atteint 31,2 millions d'unités l'année dernière (34,4 millions l'année d'avant).

Dans le contexte de ces évolutions, les mesures structurelles et d'organisation engagées ont également eu un effet positif sur la rentabilité et les liquidités. «Nous sommes très contents des progrès réalisés l'année dernière, visant à renforcer notre coeur de métier», a déclaré le CEO du groupe Hans-Kristian Hoejsgaard à propos des résultats de 2012. «La mise en place de la nouvelle orientation stratégique du groupe n'est cependant pas encore achevée. Notre chiffre d'affaires en a certes quelque peu pâti, mais notre rentabilité, ainsi que notre positionnement de leader du marché sur les cigares de grande qualité ont été largement renforcés».

La stratégie produite a également été adaptée dans le cadre de la nouvelle orientation du groupe. Le passage d'une

«branded house», dirigée principalement vers la marque Davidoff, à une «house of brands», qui englobe également d'autres marques renommées telles que Camacho et Zino Platinum, ainsi que d'importantes marques interrégionales comme AVO et Griffin's, permet à l'entreprise de pénétrer d'autres marchés géographiques et d'avoir accès à de nouveaux clients.

L'augmentation de la production de cigares à partir des meilleurs tabacs nicaraguayens représente une nouvelle étape clé dans l'histoire du groupe Oettinger Davidoff, après le lancement très réussi en 2010 de la gamme Davidoff «Puro d'Oro», composée de tabacs puissants purement dominicains. La toute nouvelle gamme créée par Davidoff «Nicaragua» sortira en juillet 2013 en trois formats aux États-Unis et en septembre dans le monde entier. Avec ses tabacs puissants du Nicaragua, elle viendra compléter le portefeuille produits de Davidoff, principalement composé de tabacs dominicains. La gamme Davidoff «Nicaragua» représente une étape majeure dans le cadre de l'expansion dans de nouvelles régions et du positionnement de Davidoff comme marque et non comme terroir.

Un réseau mondial de boutiques phares, de magasins et de salons à cigares

Le développement continu de la présence mondiale des produits, dans le cadre de la stratégie «crop-to-shop», a également occupé le devant de la scène cette année. Après la rénovation, lourde en investissements, des boutiques phares suisses à Bâle, Zurich City et Zurich Aéroport, ainsi qu'à Lucerne, ont trouvé un nouveau souffle. Les nouvelles boutiques des aéroports de Hongkong et de Taïpeh ont été ouvertes dans ce nouveau design. Et dans les villes de Francfort, Tokyo, Genève et Bruxelles le même concept innovant de rénovation sera également mis en place. La pièce maîtresse de ces boutiques phares est constituée d'une cave à cigares à taille humaine, associée dans la mesure du possible à un salon à cigares. Le nombre de salons à cigares Davidoff a augmenté notamment du fait du nombre croissant de pays interdisant de fumer dans les lieux publics. Davidoff dispose désormais d'un réseau dense de boutiques phares, de dépositaires et de salons dans plus de 150 pays et ainsi d'une proximité accrue aux amateurs de cigares partout dans le monde.

Un important potentiel de croissance en Asie

Dans le cadre de sa stratégie d'expansion, le groupe Oettinger Davidoff a fondé, en collaboration avec des partenaires locaux majeurs, des succursales en Autriche et en Russie. Tandis que le marché autrichien fait partie, en termes de parts de marché, des dix principaux marchés du groupe, le marché russe des cigares présente un potentiel de développement encore plus important. Le groupe Oettinger Davidoff prévoit donc d'ouvrir prochainement de nouvelles boutiques phares à Moscou, Saint-Petersbourg, Ekaterinbourg et Krasnodar, en complément des 55 magasins de cigares déjà existants dans différentes villes russes. Un potentiel extraordinaire est également présent en Asie, en particulier en Chine, pays dans lequel le marché du cigare - bien qu'à un niveau encore faible - progresse d'environ 20% par an.

Un partenariat couronné de succès avec Art Basel et lancement d'un programme de mécénat culturel

Ce fut un carton plein l'année dernière pour l'alliance entre Davidoff et Art Basel avec des expositions à Bâle, Miami Beach et Hong Kong. Dans le cadre de cette collaboration, Davidoff a inauguré un programme culturel intitulé «Davidoff Art Initiative», qui encourage l'art et les artistes de République Dominicaine, patrie des cigares Davidoff. Le point phare est un programme d'ateliers, qui permet chaque année à cinq artistes de République Dominicaine de séjourner pendant plusieurs mois dans une métropole artistique internationale. Pour ce programme «Artists in Residence», l'initiative met pour la première fois à disposition des ateliers et des studios à New York, Berlin et Pékin. Deux autres partenaires sont encore en cours d'évaluation. En même temps, des artistes internationaux peuvent poser leur candidature pour un séjour dans la Résidence de Davidoff en République Dominicaine. Autre pilier de ce programme: les «Grants», «Dialogues» et «Editions» de Davidoff. Un conseil consultatif artistique international vient d'être créé pour la mise en place du programme de la Davidoff Art Initiative.

Des perspectives plutôt confiantes

En tant qu'entreprise privée, le groupe Oettinger Davidoff suit une stratégie basée sur la continuité, la substance et la réussite à long terme. Afin de mettre en place cette stratégie, l'intégration verticale totale «crop-to-shop» de la branche des cigares - en particulier de la marque phare Davidoff - revêt une importance particulière, car elle permet un contrôle strict de la qualité des produits et des services. Cela constitue un avantage concurrentiel considérable dans le domaine du luxe et notamment dans la branche des cigares sous forme de produits naturels. Le groupe Oettinger Davidoff souhaite continuer à participer activement à la consolidation du marché des cigares de grande qualité. Grâce à l'expansion constante de sa présence mondiale et à l'élargissement innovant de son portefeuille de produits, la croissance dans le domaine des cigares de grande qualité devrait être assurée pour les années à venir. Le groupe Oettinger Davidoff est confiant: il saura tirer pleinement parti du développement de sa position de leader sur un marché mûr et en particulier de la croissance forte des marchés asiatiques.

Contact:

Oettinger Davidoff Group
Paloma Szathmary
Vice Président Senior
Corporate Communications
4002 Bâle, Suisse
Tél.: +41/61/279'36'24
E-Mail: paloma.szathmary@davidoff.ch
Web: www.davidoff.com / www.davidoffartinitiative.com

Medieninhalte



Hans-Kristian Hoejsgaard, CEO du groupe Oettinger Davidoff / Texte complémentaire par ots et sur www.presseportal.ch. L'utilisation de cette image est pour des buts rédactionnels gratuite. Reproduction sous indication de source: "OTS.Photo/Oettinger Davidoff Group".

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100005129/100739461> abgerufen werden.