

18.06.2014 - 11:00 Uhr

Oettinger Davidoff AG tient le cap de la réussite

Bâle (ots) -

Record de vente et de production avec 39 millions de cigares roulés à la main - Gains significatifs de parts de marché par Davidoff Cigares dans un secteur en repli - Léger recul du chiffre d'affaires dû à un désinvestissement en dehors du coeur de métier mais augmentation persistante de la rentabilité - Lancement de produit le plus réussi depuis 25 ans - Investissements élevés visant à exploiter le potentiel de croissance mondial

La société bâloise Oettinger Davidoff AG, leader mondial dans le domaine des cigares de qualité, a consolidé sa position sur le marché global au cours de l'exercice 2013, parvenant à gagner de nouvelles parts de marché en dépit d'un environnement parfois difficile. En raison de désinvestissements en dehors du coeur de métier, le chiffre d'affaires a fléchi de 2%, à CHF 1,206 milliard. Cependant, pour la première fois depuis la création d'Oettinger Davidoff AG, la société a produit près de 40 millions (38,9 millions) de cigares pour ses propres marques, soit une progression de 24% par rapport à l'exercice précédent. Le lancement extraordinairement réussi de «Davidoff Nicaragua», un cigare de qualité composé de tabacs nicaraguayens, y a contribué.

Les ajustements stratégiques et structurels au sein d'Oettinger Davidoff AG se sont poursuivis comme prévu, avec la réorganisation de la division commerce de gros et logistique et la vente des activités suisses de distributeurs automatiques de cigares de la société ZOPAG AG. Placé sous la direction du CEO Hans-Kristian Hoejsgaard, le groupe suit désormais une stratégie orientée clairement vers ses activités de base dans le domaine des cigares et des accessoires pour fumeurs au niveau mondial et, en Suisse, vers les agences générales et le commerce de gros dans le domaine du tabac et de la confiserie. Conséquence de ces mesures et de programmes supplémentaires de réduction des coûts: la rentabilité de l'entreprise a continué de s'améliorer.

Malgré les nouvelles restrictions à la consommation du tabac en Europe et les mesures anticorruption en Chine qui se répercutent sur la vente des produits de luxe, Oettinger Davidoff AG table pour l'exercice 2014 sur une poursuite de l'augmentation du chiffre d'affaires dans ses activités de base et sur une nouvelle amélioration des rendements. Ces prévisions tiennent notamment compte du contexte d'augmentation de la demande en Asie, aux Etats-Unis, dans la vente au détail aux voyageurs et dans les boutiques hors taxes, ainsi que de gains de marché anticipés en Europe et du lancement de nouveaux produits répondant aux goûts des amateurs de cigares du monde entier.

Exercice le plus performant de l'histoire de la marque Davidoff «Engagée en 2012, la focalisation stratégique sur notre coeur de métier, les cigares, a porté ses fruits dès l'exercice suivant - et de manière particulièrement nette en ce qui concerne l'évolution des chiffres de vente de la marque Davidoff», déclare le CEO Hans-Kristian Hoejsgaard, commentant la marche des affaires en 2013. «L'exercice sous revue, le plus performant de l'histoire de Davidoff, a connu une progression de 14% des ventes mondiales de la marque Davidoff au second semestre.»

Avec une croissance de 4,6% de son chiffre d'affaires, la société Oettinger Davidoff AG a réalisé un excellent résultat avec toutes les marques qu'elle distribue, et ce, sur un marché européen en recul de 5%. Aux Etats-Unis, la progression des ventes a également été forte, avec 6,2%, sur un marché global en croissance modeste. Oettinger Davidoff a donc gagné des parts tant en Europe qu'aux Etats-Unis, les deux marchés les plus vastes et les plus importants. En revanche, la croissance en Asie a été considérablement entravée par la réglementation restrictive applicable aux produits de luxe, édictée par les pouvoirs publics en Chine, le principal débouché en Asie. Avec la marque premium Davidoff, Oettinger Davidoff AG a enregistré une croissance impressionnante de 18% aux Etats-Unis, de 11% en Europe et de 7% sur le marché mondial des ventes aux voyageurs et dans les boutiques hors taxes. Ce dernier marché revêt également une importance stratégique. Les boutiques hors taxes constituent par ailleurs un marché offshore attractif pour les plus de 100 millions de touristes chinois. Oettinger Davidoff en profite à travers ses nombreux points de vente en constante augmentation.

Changement des habitudes de consommation en Europe et résultats record aux Etats-Unis

Le renforcement incessant des restrictions légales au niveau international sur pratiquement tous les marchés influence le comportement du marché. C'est ainsi que la saisonnalité de la consommation a évolué, notamment en Europe: on fume désormais davantage en été. De même, une nette tendance vers des cigares plus courts se

dessine. Enfin, on observe que, dans la classe d'âge des 28 à 40 ans, de plus en plus de personnes qui considèrent qu'un cigare premium fait tout autant partie du plaisir de la dégustation qu'un bon verre de vin ou un repas fin.

La ligne Davidoff Nicaragua, lancée l'année dernière, s'avère une réussite exceptionnelle dans l'histoire récente de l'entreprise: répondant aux goûts des fumeurs de cigares sur tous les continents, elle a immédiatement touché une communauté d'amateurs enthousiaste. Il s'agit du lancement de produit le plus réussi depuis la réorientation de l'entreprise, consécutive à son retrait de Cuba en 1983. A certains moments, la demande a dépassé de plus du double la production budgétisée, ce qui s'est traduit par des difficultés de livraison passagères. Cet extraordinaire succès et la relance du cigare Camacho, qui bénéficie d'une longue tradition aux Etats-Unis, ont contribué à la meilleure année jamais enregistrée par Oettinger Davidoff aux Etats-Unis au cours de ses 25 ans d'histoire en Amérique du Nord.

Efficacité des mesures organisationnelles

Le renforcement et la poursuite du développement de sa position de leader mondial en tant que producteur et distributeur de cigares de qualité constituent un défi permanent pour Oettinger Davidoff AG. Les restructurations et la focalisation de l'entreprise sur ses compétences de base en Suisse et à l'international avaient pour objectif de faire d'Oettinger Davidoff une organisation plus percutante et plus efficace. Dans le sillage des mesures prises en ce sens l'année dernière, l'entreprise a regroupé ses activités de commerce de gros en Suisse au sein d'une seule société, créé ses propres succursales en Autriche et en Russie, engagé la reprise de son actuel partenaire commercial en Espagne et développé la distribution en Asie centrale et en Afrique. Dans le cadre du concept de détail annoncé en 2012, l'entreprise a notamment adapté des boutiques à Tokyo et à Séoul ainsi que dans les aéroports de Hong Kong, de Taipei et JFK de New York au nouveau design et à la nouvelle image de marque. Par ailleurs, un grand nombre d'initiatives en matière de produits et de marketing se sont traduites par une nette croissance des chiffres d'affaires au dernier trimestre de 2013, permettant à la marque Davidoff de gagner des parts sur un marché global en recul.

Initiative culturelle dans le cadre d'une politique d'entreprise durable

Enfin, en procédant à un vaste remaniement de son identité visuelle et à un développement dynamique de son partenariat avec Art Basel, Oettinger Davidoff AG a aiguisé son profil d'entreprise présente à l'échelle mondiale, agissant de manière responsable au sein de la société. Le partenariat avec Art Basel comprend non seulement la collaboration aux salons de Bâle, de Miami Beach et de Hong Kong, mais aussi un projet culturel global à travers la Davidoff Art Initiative. La Davidoff Art Initiative soutient l'art contemporain ainsi que des artistes aux Caraïbes, renforce des institutions artistiques en République dominicaine, partage ses connaissances et son savoir-faire en matière d'art contemporain et encourage les échanges culturels entre les Caraïbes et le reste du monde.

La Davidoff Art Initiative s'inscrit dans la volonté d'Oettinger

Davidoff AG d'apporter sa contribution à la communauté culturelle de la République dominicaine où résident une grande partie de la production et de nombreux collaborateurs de l'entreprise. Pour ce faire, l'initiative encourage et met en valeur l'art et la culture des Caraïbes, tout en développant l'engagement de l'entreprise en faveur de l'art, de l'artisanat, de la communauté et de la qualité. Les quatre domaines du programme global de la Davidoff Art Initiative sont les suivants: Davidoff Art Residency, Davidoff Art Dialogues, Davidoff Art Grants et Davidoff Art Editions. La pose de la première pierre de la Davidoff Art Residency à La Romana, dans le village dominicain d'Altos de Chavón, a eu lieu récemment. A partir de 2015, cinq artistes internationaux y seront invités chaque année pour un séjour de trois mois à la School of Design du lieu.

Perspectives ambitieuses

Durant l'année en cours, la poursuite de la croissance d'Oettinger Davidoff AG dans ses activités de base, notamment en termes de chiffre d'affaires, constitue l'objectif déclaré du CEO Hans-Kristian Hoejsgaard. En enregistrant une forte progression à deux chiffres au cours des cinq premiers mois de l'année, la marque Davidoff a posé le fondement de la réussite de l'entreprise en 2014. Afin de soutenir la croissance prévue, d'importants moyens seront investis cette année ainsi que l'année suivante dans le lancement ou la relance de marques nouvelles ou existantes à fort potentiel de croissance et dans le développement du portefeuille de produits. Symboles de ces initiatives: l'introduction en Europe du cigare Camacho, très apprécié aux Etats-Unis, et le lancement du premier cigare Davidoff Vintage datant de 2002, le cigare le plus coûteux jamais fabriqué par Davidoff. En 2014, de nouveaux Davidoff Flagship Stores seront ouverts à Francfort, New York et Kuala Lumpur. L'entreprise prévoit en outre de créer sa propre société en Espagne et d'ouvrir son propre bureau à Dubaï afin de tenir compte de l'importance croissante de cette région. Par ailleurs, plus de 200 Davidoff Shops-in-Shop seront opérationnels au niveau mondial d'ici la fin de cette année, ce qui entraînera un développement substantiel du réseau de vente global d'Oettinger Davidoff. Le nouveau record de production reflète en outre la confiance d'Oettinger Davidoff dans le potentiel du marché mondial pour les cigares de qualité de Davidoff.

Contact:

Oettinger Davidoff AG
Paloma Szathmary
SVP Corporate Communications
Hochbergerstrasse 15
CH - 4002 Bâle
Tél. +41 (0)61 279 36 24
media@oettingerdavidoff.com
oettingerdavidoff.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100005129/100757769> abgerufen werden.