

SALM : de leadership durable

- **EDITO**
- **INTRO** : Points de repère
- **DEVELOPPEMENT DURABLE** : Les preuves d'un engagement
- **SCHMIDT** : La marque de référence européenne
- **CUISINELLA** : Une progression constante
- **HISTORIQUE** : L'aventure familiale débute en 1934



SCHMIDT

cuisinella
Des cuisines qui donnent envie.

EMK
EUROPEAN MEUBLES IN KIT

Contact Presse

VECTEUR D'IMAGE

Adeline PASTOR / Emmanuelle MULLER

09.73.87.03.13 /15

apastor@vecteurimage.com



EDITO

« Nous avons fait de la satisfaction client l'objectif premier de nos efforts »

La SALM (Schmidt et Cuisinella) célèbre aujourd'hui ses 50 ans. Et même si nous sommes résolument tournés vers l'avenir, force est de constater que l'entreprise a parcouru du chemin depuis la fabrique de meuble créée par Hubert Schmidt. Le buffet de cuisine a effectivement laissé place depuis longtemps aux cuisines contemporaines et sur-mesure qui sortent de nos usines.

Si le design et la modernité ont construit l'image de nos marques, c'est aussi et surtout grâce à notre réseau de concessionnaires, tissé sur tout le territoire français mais aussi à l'international que la SALM est devenue le n°1. Elle a su imposer son leadership au travers de ses deux marques emblématiques Schmidt et Cuisinella qui occupent aujourd'hui respectivement les 1^{ère} et 2^{ème} places sur le marché français.

Plus que jamais, nous faisons confiance aux valeurs qui ont toujours guidé nos choix stratégiques et conduit l'entreprise à ce qu'elle est aujourd'hui. Notre structure familiale nous porte tout naturellement à faire de la pérennité de l'entreprise notre priorité. Cela implique que nous soyons capables de transmettre nos valeurs, de respecter la collectivité, de mettre en oeuvre une relation gagnant-gagnant avec nos partenaires, clients et fournisseurs, et d'utiliser les ressources naturelles avec parcimonie. Parce que nos valeurs appellent des actes, la SALM n'a pas attendu pour agir et s'engager en faveur du développement durable. Et c'est donc avec fierté que nous revendiquons aujourd'hui notre statut d'entreprise citoyenne, authentique et responsable.

Notre avenir tient à notre capacité à respecter nos engagements envers nos clients, collaborateurs et fournisseurs. C'est ainsi que nous avons construit notre réussite et c'est ainsi que nous comptons la faire durer.

Anne Leitzgen, Présidente de la SALM



Points de repère

La SALM (Société Alsacienne de Meubles) est le 1^{er} fabricant de cuisines en France et le 5^{ème} fabricant européen, grâce notamment à ses deux marques emblématiques, Schmidt et Cuisinella. S'y ajoute une activité de meubles de cuisine et salle de bains vendus en kit (EMK) pour la grande distribution et les magasins spécialisés.

Son métier

Apporter des **solutions fonctionnelles personnalisées** et sur-mesures d'aménagement de l'**habitat** (cuisine, salle de bain et rangement).

Ses réseaux de distribution

Plus de **578 concessionnaires** des marques Schmidt et Cuisinella dans le monde, et Cuisinella en France. **Ce modèle unique** avec un réseau de concessionnaires exclusifs repose sur un partenariat gagnant-gagnant. Le concept de distribution SALM va de l'implantation d'un point de vente au management de la relation client. Schmidt et Cuisinella ouvrent un **nouveau magasin chaque semaine** dans le monde.

Ses principaux sites de production

- Trois unités de production en France, dont une à Lièpvre et deux à Sélestat (Alsace).
2008, extension du site de Sélestat avec 23 000 m².
- Une unité de production en Allemagne, à Türkismühle (Sarre).

La SALM fabrique plus de **550 cuisines par jour**.

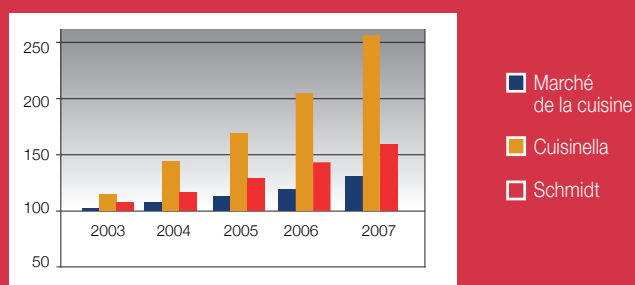
Son siège social : Lièpvre

Ses données économiques

- La SALM est un groupe à **100% familial** qui emploie 1400 salariés. L'ensemble des réseaux de distribution **Schmidt et Cuisinella** regroupe plus de **6 000 collaborateurs** dans le monde.
- La SALM a réalisé un **chiffre d'affaires** de **304 millions d'euros** en 2008, en progression de 3% environ par rapport à l'exercice précédent. Le chiffre d'affaires réalisé par **l'ensemble du réseau de distribution** est de **905 millions d'euros** (+2,8% entre 2007 et 2008), dont plus de **196 millions à l'export**.
- La SALM **investit** plus de **10 millions d'euros** par an dans son appareil de production. L'investissement vise notamment à optimiser le système de fabrication (flux tendu).
- **Engagée** dans le développement durable, la SALM est le 1^{er} et le seul fabricant de meubles de cuisine à obtenir la triple certification ISO 9001 (Qualité), ISO 14001 (Environnement) et OHSAS 18001 (Hygiène-Sécurité) ainsi que la certification NF Environnement Ameublement.

Alors que le marché des ventes de meubles de cuisine a progressé de l'ordre de 32 % en 5 ans de 2003 à 2008, les réseaux Schmidt et Cuisinella se sont développés beaucoup plus rapidement avec des progressions respectives de +51 % et +143 % sur cette même période.

Indice d'évolution des ventes sur 5 ans





DEVELOPPEMENT DURABLE

Les preuves d'un engagement

Le 1^{er} et le seul fabricant de cuisines européen à obtenir la triple certification ISO 9001, ISO 14001 et OHSAS 18001 et la certification NF Environnement Ameublement.

ISO 9001

est la certification du système de management de l'entreprise, par un organisme indépendant, de la mise en œuvre d'un système d'assurance qualité. Elle constitue une garantie pour le client : la qualité proposée sera effective. Elle valide la conformité à une norme qui prend en compte la conception, le développement, la production, l'installation et les prestations associées.

ISO 14001

est une norme de management environnemental. Elle est délivrée par un organisme indépendant. ISO 14001 repose sur une démarche volontaire visant à la fois à mieux identifier les impacts de l'activité de l'entreprise sur l'environnement, à respecter la réglementation en vigueur et à améliorer les pratiques. Elle appelle un système de management qui, par son organisation et ses procédures, participe à la protection de l'environnement. Les certificats sont délivrés pour une durée de trois ans et soumis à une vérification annuelle.

OHSAS 18001

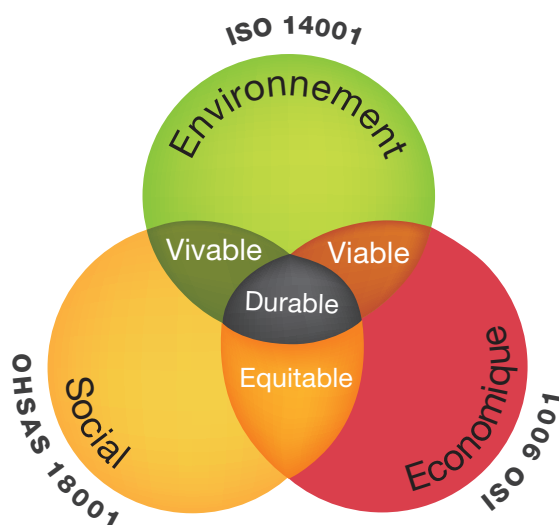
(Occupational Health and Safety Assessment Series, en français « système de management de la santé et de la sécurité au travail ») est un référentiel de management de sécurité reconnu au niveau international. A ce jour, il n'existe pas de norme ISO pour la sécurité. Son objectif : l'optimisation de la gestion de la santé et de la sécurité au travail au sein de l'entreprise. Il a été élaboré à partir de normes nationales existantes. L'analyse des risques est la clef de voûte du système : identification des substances utilisées, évaluation des dangers qu'elles représentent, identification des dangers liés aux conditions d'exploitation etc. Les certificats sont délivrés pour une durée de trois ans et soumis à une vérification annuelle.

NF Environnement Ameublement

La marque NF Environnement, écolabel français, est le signe national officiel reconnu par les Pouvoirs Publics, de la qualité écologique des produits.

Cette marque offre une double garantie certifiée par un organisme indépendant :

- la qualité d'usage du produit,
- la limitation des impacts du produit sur l'environnement tout au long de son cycle de vie.



SOS Villages d'Enfants

Pour que frères et sœurs partagent la même enfance

Partenariat

La SALM et ses réseaux Schmidt et Cuisinella se mobilisent aux côtés de l'association SOS Villages d'Enfants. Depuis le 1^{er} janvier 2009, une opération de produit-partage récolte des dons pour soutenir durablement des projets concrets d'aide à l'enfance.



Schmidt, la marque de référence européenne

SCHMIDT L'entreprise a été créée en 1959. Sa dénomination d'alors était «Cuisines Schmidt». L'offre produits s'élargissant vers la salle de bain et l'aménagement, le nom (comme la marque) est devenue «Schmidt». Schmidt est la 1^{ère} marque européenne dans son métier. Schmidt est numéro un sur le marché français.

Son positionnement

Schmidt est le spécialiste du sur-mesure adossé à un réseau de plus de **417 concessionnaires** dans le monde, dont **143** à l'export (de l'Allemagne à la Russie en passant par le Maroc). Marque forte, Schmidt est associée à des produits et des services de **qualité**, mais **accessibles**. Schmidt est ancrée «**au cœur de la maison**».

Une notoriété hors pair dans la profession

Schmidt a deux fois plus d'intentions d'achat* que son principal concurrent. Ce résultat flatteur est la conséquence directe d'une très bonne notoriété :

- **1^{ère} place** dans la notoriété «top of mind»
- **1^{ère} place** dans la notoriété spontanée
- **1^{ère} place** dans le souvenir publicitaire (avec un taux de 31 %)

* Enquête TNS-SOFRES de septembre 2009 auprès de 2 022 personnes représentatives de la population française de plus de 15 ans.

Toujours plus près du consommateur

Si le réseau de distribution constitue le cœur de la relation entre Schmidt et ses clients, les nouvelles technologies de communication constituent un «plus» indéniable :

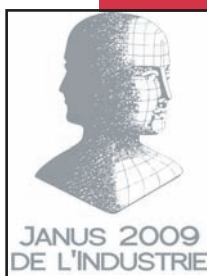
- mise à jour d'un véritable livre assorti d'un **DVD interactif**.
- Nouveau site Internet, www.cuisines-schmidt.com plus de 140 000 internautes s'y connectent chaque mois.

La satisfaction consommateur est mesurée régulièrement pour améliorer la qualité de service (mesure de satisfaction, enquête, ...).

Janus de l'Industrie

En mars dernier, Schmidt a reçu pour sa ligne In&Out le Janus de l'Industrie, label officiel de design.

Cette récompense vient saluer la capacité de Schmidt à innover en permanence grâce à des concepts toujours plus modernes et design





Cuisinella, une progression constante

cuisinella Des cuisines qui donnent envie. Créée en 1992, la marque « Cuisinella » est distribuée essentiellement en France où elle occupe depuis cette année la 2^{ème} place sur le marché de la cuisine (la 1^{ère} étant occupée par l'autre marque du groupe, « Schmidt »).

Sa cible

Son cœur de cible est le «**jeune habitat, 25-45 ans**». Cuisinella rend accessible le service et le conseil d'un spécialiste au prix de la grande distribution.

Son positionnement

Cuisinella décline **modernité, impertinence** et **prix bas** sur le secteur de **l'ameublement sur-mesure** de la cuisine, de la salle de bain et du rangement. Ses produits sont distribués à travers un réseau de **161 points de vente**.

Un développement remarquable

- **Cuisinella** a ouvert 25 magasins en 2008. L'objectif assigné à l'enseigne est de 200 distributeurs d'ici à 2010.
- **Le chiffre d'affaires** est lui aussi en **bonne progression** : plus de 11 % en 2008.

Une notoriété toujours plus grande

- Dans un segment où la demande est très forte (8 cuisines sur 10 vendues en France sont dans le segment entrée-milieu de gamme), Cuisinella jouit d'une notoriété flatteuse :
- 59% de notoriété globale
 - 2^{ème} place dans la notoriété spontanée.

 HISTORIQUE

L'aventure familiale débute en 1934

1934 Hubert Schmidt crée à 27 ans une affaire de construction de maisons individuelles, puis de meubles de cuisines à Türkismühle en plein coeur de la Sarre, alors rattachée à la France.

- 1939** L'Allemagne annexe la Sarre et Hubert Schmidt installe de nouveaux locaux à Lièpvre (68) afin de rester proche de sa clientèle française.
- 1967** Arrivée du jeune couple Antonia et Karl Leitzgen. À l'époque le chiffre d'affaires est de 1 M€ et Cuisines Schmidt emploie 100 personnes. La société prend un essor inédit.
- 1976** L'entreprise entame son premier grand virage : en plus des buffets, Cuisines Schmidt se met à fabriquer des éléments de cuisines. Le chiffre d'affaires cette année-là se monte à 5 M€ et l'entreprise emploie 190 personnes.
- 1985** Les premiers magasins exclusifs sont ouverts, les enseignes en sont Promo Cuisines, Eco Cuisines, Go Cuisines. Les bases d'une nouvelle politique de distribution sont jetées. Le chiffre d'affaires de cette année affiche 29 M€ et l'entreprise compte 305 salariés.
- 1987** Construction du site de Sélestat.
- 1988** Rachat de l'usine de Türkismühle. Nous devenons le premier fabricant franco-allemand de cuisines.
- 1989** « Cuisines Schmidt » devient une marque : en quelques mois 200 enseignes sont montées sur les magasins de notre réseau. La France découvre qu'elle a un autre grand fabricant de cuisines. Le chiffre d'affaires en 1989 grimpe à 65 M€ avec 600 salariés.
- 1992** Lancement d'une nouvelle marque plus abordable pour une clientèle plus jeune : « Cuisinella ».
- 1993** La marque « Cuisines Schmidt » devient « Schmidt ».
- 1995** Karl Leitzgen disparaît après avoir insufflé une dernière idée de génie à la société en décidant d'investir d'autres univers dans la maison, tels que la salle de bains. Antonia Leitzgen reprend la présidence de l'entreprise et poursuit le travail de son époux, épaulée par ses deux filles, Anne et Caroline. Au début de l'année 1995, le chiffre d'affaires est de 94 M€, l'entreprise compte 732 salariés.
- 1997** Premier fabricant français de meuble de cuisine à être certifié ISO 9001.
- 2004** Lancement d'une nouvelle ligne de rangement.
- 2006** Anne Leitzgen prend la présidence du groupe familial.
- 2008** La SALM est le 1^{er} fabricant de meubles de cuisine à obtenir les trois certifications ISO 9001, ISO 14001, et OSHAS 18001 ainsi que la certification NF Environnement Ameublement.
- 2009** 50 ans de l'entreprise.
- Mise en service d'une 4^{ème} unité de production « U2 » à Sélestat sur 23 000 m².