

SALM : Le leadership durable

- **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
EUROPÉENNE DE MEUBLES EN KIT

Contacts Presse

VECTEUR D'IMAGE

Adeline PASTOR / Marie PEREZ

09.73.87.03.13 /12

apastor@vecteurimage.com



INTRO

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 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 bains et rangement).

Ses réseaux de distribution

Plus de **600 concessionnaires** des marques Schmidt 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).
- Une unité de production en Allemagne, à Türkismühle (Sarre).

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

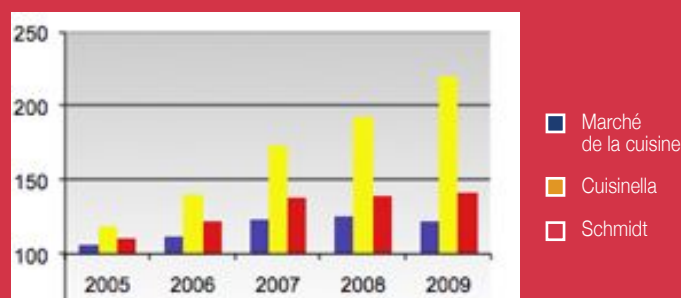
Son siège social : Lièpvre

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 **303 millions d'euros** en 2009. Le chiffre d'affaires réalisé par **l'ensemble du réseau de distribution** est de **934 millions d'euros** (+3,2% entre 2008 et 2009), dont plus de **183 millions à l'export**.
- Sur les 3 dernières années, la SALM a **investi 86 millions d'euros** dans son appareil de production. L'investissement vise notamment à optimiser le système de fabrication à la commande, en flux tendu.
- **Engagée** dans le développement durable, la SALM est le 1^{er} et le seul fabricant de meubles de cuisine détenteur des 3 certifications ISO 9001 (Qualité), ISO 14001 (Environnement) et OHSAS 18001 (Hygiène-Sécurité) ainsi que de la certification NF Environnement Ameublement et du label d'éco-certification PEFC (Programme de Reconnaissance des Certifications Forestières).

Alors que le marché des ventes de meubles de cuisine a progressé de plus de 22 % en 5 ans de 2005 à 2009, les réseaux Schmidt et Cuisinella se sont développés beaucoup plus rapidement avec des progressions respectives de +41 % et +121 % 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 les certifications NF Environnement Ameublement et PEFC (Programme de Reconnaissance des Certifications Forestières).

ISO 9001

est la certification pour la mise en œuvre d'un système d'assurance qualité dans la politique de management de l'entreprise. Elle constitue une garantie pour le client : la qualité proposée sera effective et constante. 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. 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 afin de les réduire en améliorant les pratiques. Les certificats sont délivrés pour une durée de trois ans et soumis à une vérification annuelle.

OHSAS 18001

(Occupational Health and Safety Assessment Series) est un référentiel de management de la sécurité reconnu au niveau international. Son objectif : l'optimisation de la gestion de la santé et de la sécurité au travail au sein de l'entreprise. L'analyse des risques en est la clef de voûte : identification des substances utilisées et 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.


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 dans les villages de Marange-Silvange, Marly et Persan.

NF Environnement Ameublement

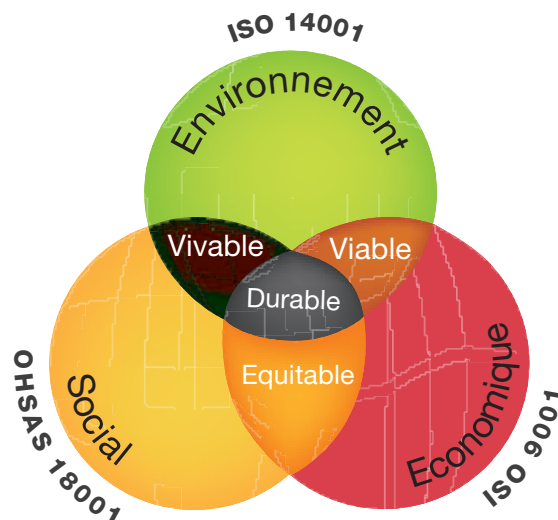
La marque NF Environnement, écolabel français, est le signe national officiel reconnu par les Pouvoirs Publics, de la qualité écologique des produits.

Cette marque offre une double garantie au client :

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

PEFC

(Program for the Endorsement of Forest Certification scheme) est un label d'éco-certification garantissant que les bois ou produits dérivés utilisés par la SALM ont été récoltés dans des forêts gérées durablement. Cette certification repose sur une Charte de gestion durable axée sur la préservation et l'amélioration des écosystèmes forestiers.





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 bains et l'aménagement, la marque est devenue Schmidt, 1^{ère} marque européenne dans son métier et numéro un sur le marché français de la cuisine.

Son positionnement

Schmidt est le spécialiste du sur-mesure adossé à un réseau de plus de **429 concessionnaires** dans le monde, dont **149** à l'export (de l'Allemagne à la Russie en passant par le Maroc). Marque forte, Schmidt est associé à des produits et des services de **qualité**, mais **accessibles**. Schmidt est ancré « **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. En effet, Schmidt demeure 1^{er} en notoriété globale et partage avec Cuisinella la 1^{ère} place en notoriété spontanée et en notoriété top of mind. Depuis plusieurs années consécutives Schmidt occupe également la 1^{ère} place dans le souvenir publicitaire avec un taux de 29%*.

* Enquête TNS-SOFRES d'août 2010 auprès de 2 000 personnes représentatives de la population française de plus de 15 ans.

Toujours plus près du consommateur

Pour dynamiser son réseau de distribution et offrir aux consommateurs des offres attractives et accessibles à tous, Schmidt propose 4 campagnes proportionnelles. En 2010, la campagne Edition VIP de mars a été la première opération de la marque à l'échelle européenne (France, Allemagne, Royaume-Uni, Espagne, Bénélux). Son succès sera reconduit.

Nouveau : « Le Big Book »

En 2011, le catalogue Schmidt remis à chaque consommateur lors de sa visite en magasin s'enrichit pour devenir « Le Big Book » : il comprend en plus des nouveautés produits, un cahier de tendances et d'innovations. La différence Schmidt !





Cuisinella, en progression constante

cuisinella
Des cuisines qui donnent envie.

Créée en 1992, la marque « Cuisinella » est distribuée exclusivement en France. À la fin de sa campagne annuelle de communication 2010 Cuisinella occupe, avec l'autre marque du groupe : « Schmidt », la 1^{ère} place en notoriété spontanée et la 1^{ère} place en notoriété top of mind. Par ailleurs, Cuisinella est la 2^{ème} marque sur le marché de la cuisine en France, Schmidt étant la 1^{ère}.

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 accessibles** sur le secteur de **l'ameublement sur-mesure** de la cuisine, de la salle de bains et du rangement. Ses produits sont distribués à travers un réseau de **178 points de vente**.

Un développement remarquable

- Cuisinella a ouvert 17 magasins en 2009. L'objectif assigné à l'enseigne est de 210 distributeurs d'ici à 2012.
- **Le chiffre d'affaires** est lui aussi en **bonne progression** : plus de 13% en 2009.
- Cuisinella affiche, depuis plusieurs années, la meilleure progression des marques de cuisines en Europe.

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 :

- **1^{ère} place** en notoriété spontanée*
- **1^{ère} place** en notoriété top of mind
- **2^{ème} place** dans le souvenir publicitaire

* Enquête TNS-SOFRES d'août 2010 auprès de 2 000 personnes représentatives de la population française de plus de 15 ans.

Un site Internet dans l'air du numérique

Le nouveau site Internet de Cuisinella est l'aboutissement d'une réflexion et d'un travail collaboratif entre la SALM et son réseau. Il se voit revêtir un look très design et épuré, en parfaite corrélation avec l'image de la marque. Les technologies développées sont à la pointe de l'innovation et l'espace privé dédié pour le consommateur offre de nombreuses possibilités (suivi des commandes passées en magasin, inscription à la newsletter, accumulation des points de fidélité, ...).

 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.

- 1959** 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 grimpe à 65 M€ avec 600 salariés.
- 1992** Lancement d'une nouvelle marque plus abordable pour une clientèle plus jeune : « Cuisinella ».
- 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.
- 2003** La marque « Cuisines Schmidt » devient « Schmidt ».
- 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 à Sélestat sur 26 000 m².
- 2010** L'engagement de Schmidt et Cuisinella en faveur du développement durable est couronné par le label d'écocertification PEFC.