

**Presse**

Communiqué de presse  
Communiqué de presse  
Información de Prensa

## **Une expérience haut de gamme dans le point d'eau de la cuisine BLANCO UNIT pour répondre au besoin d'une meilleure qualité de vie au quotidien**

BLANCO a conclu l'exercice 2021 avec succès et une augmentation de 18,5 % du chiffre d'affaires à 483 millions € par rapport à l'année précédente, atteignant son chiffre d'affaires le plus élevé jamais réalisé. Pour Frank Gfrörer, PDG, c'est la confirmation que la route empruntée est la bonne : « En particulier dans cet environnement de marché difficile, il est clair que notre souci constant d'offrir une expérience de marque de qualité sur le point d'eau de la cuisine a convaincu nos partenaires commerciaux et nos consommateurs finaux. »

La Covid-19 et les restrictions qui y sont liées dans la vie quotidienne de nombreuses personnes ont également façonné l'exercice 2021. Dans ce contexte, la volonté de nombreux consommateurs d'améliorer considérablement leur qualité de vie au quotidien a continué d'augmenter et a renforcé la tendance au cocooning. C'est dans cette optique que BLANCO s'est donné pour mission de moderniser le point d'eau de la cuisine : « Les gens passent environ 60 % de leur temps en cuisine à faire des activités au point d'eau, comme boire, préparer la nourriture et nettoyer, pour ne citer que les plus importantes. Nous voulons que nos solutions complètes de haute qualité, les BLANCO UNIT, rendent ces moments exceptionnels en termes de praticité, de commodité et de plaisir », déclare M. Gfrörer.

**Presse**

Communiqué de presse  
Communiqué de presse  
Información de Prensa

Page 2

**Les partenaires commerciaux profitent de l'accent mis sur les clients finaux et la numérisation**

BLANCO s'est toujours appuyé sur une collaboration étroite avec ses partenaires commerciaux. Cela s'accompagne désormais d'une attention accrue portée aux consommateurs, dans le but de les inciter à apporter une réelle valeur ajoutée dès la phase de conception initiale de la cuisine, en optant pour un point d'eau ingénieusement conçu. C'est pourquoi l'entreprise accélère la communication dans ses canaux numériques pour les clients finaux et continue à développer sa boutique en ligne de pièces détachées et d'accessoires afin d'améliorer la qualité du service et la convivialité. « En adoptant cette approche hybride, nous voulons augmenter le trafic de clients chez nos partenaires commerciaux et stimuler la demande de solutions complètes de haute qualité », explique M. Gfrörer. « Parallèlement, nous aidons nos partenaires commerciaux à se concentrer sur leur cœur de métier. »

**BLANCO International : investir dans la fiabilité et la stabilité**

Outre la multiplication des contacts et l'augmentation de la fidélisation clients, BLANCO a investi, au cours du dernier exercice financier, une somme considérable d'environ 13 millions € dans le renforcement de son réseau international de production et logistique. À une époque où la demande augmente, l'augmentation des capacités de production de BLANCO et l'amélioration des processus ont permis de garantir une gestion des commandes stable. « Nos investissements ont également créé les conditions pour accélérer les cycles d'innovation et les développements technologiques », déclare Andreas Ostermann von Roth, COO.

## Presse

Communiqué de presse  
Communiqué de presse  
Información de Prensa

Page 3

L'effet combiné de la pandémie de coronavirus, l'augmentation du volume d'affaires et la pénurie simultanée de matières premières ont eu un impact significatif sur les activités quotidiennes. Le CFO Rüdiger Böhle apprécie les efforts des équipes BLANCO pendant cette période : « J'applaudis nos employés du monde entier. Ils ont obtenu d'excellents résultats dans des conditions difficiles et nous sommes très reconnaissants au sein de l'équipe de Direction. »

BLANCO a apporté des modifications à son réseau de vente international. Depuis mai 2022, la société est représentée sur le marché australien avec sa propre filiale, ce qui renforce sa région de vente Asie-Pacifique : « Avec plus de dix ans d'expérience sur le marché grâce à notre collaboration avec un partenaire commercial, nous sommes désormais idéalement positionnés pour commercialiser BLANCO UNIT de manière très efficace avec notre organisation sur le terrain », déclare Gfrörer. Dans le même temps, la société a annoncé son retrait du marché russe. L'entreprise y étant pratiquement à l'arrêt, il a été décidé de dissoudre l'organisation locale, comptant environ 15 employés, dans l'intérêt du groupe dans son ensemble.

### **Accroître activement le développement du marché : se concentrer sur la commodité du point d'eau et l'utilisation efficace de l'espace**

BLANCO établit une voie claire pour l'exercice en cours en mettant davantage l'accent sur le positionnement du BLANCO UNIT comme solution haut de gamme pour le point d'eau de la cuisine. « Nous avons posé des bases solides pour nos équipes et nos partenaires commerciaux. Cela nous donne une bonne assise pour promouvoir le concept BLANCO UNIT », explique Frank Gfrörer. Il est essentiel de souligner l'importance du point d'eau de la cuisine, souligne le PDG. La

## Presse

Communiqué de presse  
Communiqué de presse  
Información de Prensa

Page 4

tendance du cocooning persiste, avec de plus en plus de personnes recherchant un aménagement de leur cuisine peu encombrant et la possibilité d'avoir accès à différents types d'eau potable (filtrée, gazéifiée, etc.), des fonctions de mitigeur intelligent, des accessoires d'évier malins et des systèmes de tri et collecte des déchets pratiques pour un style de vie plus durable. « Nous comblons un manque sur le marché avec BLANCO UNIT », déclare M. Gfrörer.

Il répond également au désir de plus de confort au quotidien : « En garantissant une interaction fonctionnelle et ergonomique optimisée entre tous les composants, nous permettons un flux de travail continu du mitigeur ou du système de boisson à l'évier et au système de tri des déchets. C'est la promesse clé de nos BLANCO UNITS. » Compte tenu de l'augmentation des coûts, en particulier dans le secteur du logement, l'utilisation efficace de l'espace devient également de plus en plus importante. BLANCO UNIT est conçu de manière à minimiser non seulement l'espace perdu, mais aussi à distribuer de l'eau de boisson précieuse de manière plus ciblée. Enfin, BLANCO UNIT peut être facilement installé par un spécialiste.

### L'exercice 2021 en chiffres (arrondi\*)

Total des ventes consolidées	483 M€ (+75 M€/ +18,5 %)
Ventes nationales	166 M€ (+15 M€/ +10 %)

## Presse

Communiqué de presse  
Communiqué de presse  
Información de Prensa

Page 5

Ventes internationales	317 M€ (+60 M€/ +24 %)
Part des ventes réalisées à l'étranger	65 %
Investissements	12,9 M€
Employés	1,647
(temps plein/fin 2021)	
dont en Allemagne	1,140
dont sur des sites internationaux	507

\*) Veuillez noter que l'arrondi peut entraîner des différences par rapport aux chiffres exacts pour les pourcentages, les valeurs absolues et les comparaisons avec l'année précédente.

Avec BLANCO, même les tâches culinaires les plus simples deviennent des sources de moments joyeux. BLANCO est la marque avec le meilleur rapport qualité-prix pour le point d'eau de la cuisine chez les particuliers. Le concept BLANCO UNIT est basé sur trois piliers fondateurs : « Drink.Prep.Clean. »\* et il se caractérise par une large gamme de combinaisons d'éviers, de mitigeurs, systèmes de tri et d'accessoires complémentaires. Cette gamme de fonctions ainsi que le design, les coloris et les options de matériaux permettent à chaque amateur de cuisine de trouver facilement le BLANCO UNIT parfaitement personnalisé.

Fondée il y a plus de 95 ans, l'entreprise est aujourd'hui une marque de prestige international pour le point d'eau de la cuisine. Avec des filiales en Europe, en Amérique du Nord et en Asie-Pacifique, ainsi que ses partenaires commerciaux, BLANCO est présent dans près de 100 pays dans le monde et offre à ses clients un portefeuille parfaitement adapté aux besoins des consommateurs. Le siège de l'entreprise et les principaux sites de production se trouvent dans le sud-ouest de l'Allemagne.

Au cours de l'exercice 2021, le groupe BLANCO a généré un chiffre d'affaires annuel consolidé de 483 millions d'euros et comptait 1 647 employés dans le monde à la fin d'année, dont 1 140 travaillaient en Allemagne et 507 sur les sites internationaux.

Fondé en 1925 par Heinrich BLANC, BLANCO fait aujourd'hui partie de BLANC & FISCHER Family Holding et a remporté de nombreux prix d'employeur. [www.blanco.com/fr](http://www.blanco.com/fr).

\*Boire. Préparer. Nettoyer.

**Téléchargement de photos :** [BLANCO\\_press\\_photos](#)

**Figure 1 :**

## Presse

Communiqué de presse  
Communiqué de presse  
Información de Prensa

Page 6



BLANCO a conclu l'exercice 2021 avec succès et une augmentation de 18,5 % de son chiffre d'affaires à 483 millions € par rapport à l'année précédente, atteignant son chiffre d'affaires le plus élevé jamais réalisé. Pour Frank Gfrörer, PDG, c'est la confirmation que la route empruntée est la bonne : « En particulier dans cet environnement de marché difficile, il est clair que notre souci constant d'offrir une expérience de marque de qualité sur le point d'eau de la cuisine a convaincu nos partenaires commerciaux et nos consommateurs finaux. »

### Image 2 :



Frank Gfrörer, PDG du groupe BLANCO.

### Image 3 :

## Presse

Communiqué de presse  
Communiqué de presse  
Información de Prensa

Page 7



Comité de direction du groupe BLANCO (de gauche à droite) : COO Andreas Ostermann von Roth, CEO Frank Gfrörer, CFO Rüdiger Böhle.

## Presse

Communiqué de presse  
Communiqué de presse  
Información de Prensa

Page 8

### Image 4 :



Les gens passent plus de la moitié de leur temps dans cuisine, au niveau du point d'eau. BLANCO s'est donné pour mission d'améliorer considérablement cette partie de la cuisine avec son BLANCO UNIT configurable sur mesure. Cela offre une myriade de combinaisons fonctionnelles d'évier, de mitigeurs, voire mitigeurs « systèmes d'optimisation » de l'eau (filtration, gazéification, etc.) et d'accessoires supplémentaires, du distributeur de savon à l'élimination des déchets alimentaires. L'interaction parfaite de tous ces composants permet un flux de travail continu dans la vie quotidienne en cuisine et une consommation d'eau durable.

### Image 5 :



## Presse

Communiqué de presse  
Communiqué de presse  
Información de Prensa

Page 9



La solution complète haut de gamme pour le point d'eau : BLANCO UNIT s'intègre parfaitement dans la cuisine en tant que point d'eau de haute qualité. Bien pensé jusque dans les moindres détails et parfaitement coordonné, il réunit des fonctions essentielles et des exigences importantes en matière d'eau de boisson, de préparation des plats et de nettoyage en un seul et même endroit, et apporte ainsi un confort maximal aux tâches quotidiennes de la cuisine.

**Photos : BLANCO**

**Contacts médias Corporate Communications :**  
BLANCO GmbH + Co KG  
D-75038 Oberderdingen  
Communication d'entreprise  
Jan Ribbeck  
E-mail : [jan.ribbeck@blanco.de](mailto:jan.ribbeck@blanco.de)  
Antje Hilbert  
E-mail : [antje.hilbert@blanco.de](mailto:antje.hilbert@blanco.de)  
[www.blanco.com](http://www.blanco.com)