



## Communiqué de presse

Exercice 2011 :

### JURA enregistre une hausse de ses ventes et de son cash-flow

Niederbuchsiten, le 9 février 2012 – L'exercice qui s'achève pour JURA Elektroapparate AG est placé sous le signe de la réussite internationale. Grâce au lancement de deux nouvelles plateformes de produits, l'entreprise a enregistré l'année dernière une hausse de ses ventes de machines automatiques à spécialités de café, atteignant ainsi 282 300 unités. Le cash-flow a augmenté de 3,7 % pour s'établir à 27,8 millions de CHF. Le chiffre d'affaires en devises locales a progressé de 5,4 %. Du point de vue du chiffre d'affaires consolidé, JURA affiche une croissance négative de 5,3 %, soit un montant de 352,2 millions de CHF, en raison de l'appréciation du franc. Avec ses innovations produits et le développement des marchés internationaux, soutenu par le nouveau Global Support Center établi à Niederbuchsiten, JURA compte franchir le seuil des 300 000 machines à café en 2012.

Aperçu des chiffres clés (en millions de CHF)	2011*	2010	Evolution
<b>Chiffre d'affaires</b>			
Chiffre d'affaires du groupe JURA	352,2	372,1	- 5,3 %
Chiffre d'affaires en Suisse	47,2	51,1	- 7,6 %
Part	13,4 %	13,7 %	
Chiffre d'affaires international	305,0	321,0	- 5,0 %
Part	86,6 %	86,3 %	
<b>Cash-flow</b>	27,8	26,8	+3,7 %
<b>Personnel</b>			
<b>Postes à 100 % - ensemble du groupe</b>	632	632	+/- 0 %
Postes à 100 % - siège Suisse (dont 24 apprentis)	270	272	- 0,7 %
Postes à 100 % - international	362	360	+ 0,6 %

\*) chiffres provisoires

#### Plus de ventes, plus de cash-flow, plus de chiffre d'affaires en devises locales

Au cours du dernier exercice, la société JURA Elektroapparate AG, dont le siège est implanté à Niederbuchsiten, dans le canton de Soleure, a vendu 12 300 machines automatiques à spécialités de café de plus que l'année précédente à travers le monde. Cette croissance permettant d'atteindre 282 300 unités se reflète dans les chiffres d'affaires locaux et dans le cash-flow. Celui-ci a en effet augmenté de 3,7 %, pour s'établir à 27,8 millions de CHF.

« En devises locales, nous avons progressé de 5,4 % », résume Marius Grossrieder, directeur financier, à l'occasion du petit déjeuner de presse annuel. En raison de la forte surévaluation du franc, le chiffre d'affaires consolidé de l'entreprise enregistre une baisse effective de 5,3 % par rapport à l'exercice précédent, soit un montant de 352,2 millions de CHF. Le nombre d'emplois reste stable avec 632 postes à temps plein, dont 270 en Suisse.

#### Les Etats-Unis deviennent le quatrième marché de JURA, la Chine entre dans le Top Ten

L'Allemagne occupe toujours la place de leader incontesté parmi les marchés de JURA, suivie par le marché domestique suisse et la société de distribution autrichienne au troisième rang. « En



2011, les Etats-Unis ont bondi à la quatrième position », explique Emanuel Probst, le directeur général. « La France progresse de deux places et devient sixième. Quant à la Chine, elle se trouve pour la première fois parmi nos dix principaux marchés. » Emanuel Probst voit un énorme potentiel dans les marchés en plein développement. Les structures de distribution ont été et sont actuellement adaptées en conséquence. Au cours du dernier exercice, JURA Australie et JURA Suède ont été intégrées en aval. Elles sont maintenant toutes deux des filiales de JURA à part entière. Des nouveaux bureaux ont été installés et des « Hospitality Centers » ont été ouverts à Melbourne et à Stockholm. Toronto compte aussi désormais un « Hospitality Center ». Depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2012, JURA France est une société de distribution de la marque.

Emanuel Probst explique : « Nous souhaitons travailler sur nos principaux marchés avec des organisations qui nous appartiennent. «Down Under» est un marché clé pour JURA, et même le plus grand de la région Asie-Pacifique. Les pays du Nord présentent de loin la plus grande consommation de café au monde. Les spécialités de café fraîchement préparées y gagnent maintenant du terrain. En France, nous percevons un renversement de la tendance en faveur des machines automatiques. Nous voulons répondre aux besoins croissants à l'échelle mondiale en proposant des produits adaptés. »

### **Succès des nouvelles plateformes de produits**

En 2011, JURA a fêté le lancement de deux plateformes de machines automatiques totalement nouvelles. La GIGA 5, une machine placée sous le signe de la perfection, de la précision et du professionnalisme, a ouvert un nouveau segment dans la catégorie très haut de gamme. Le lancement de l'ENA Micro 9 One Touch a également été une réussite. Cette machine à café extrêmement compacte prépare aussi du cappuccino et du latte macchiato par simple pression d'une touche et sans déplacer la tasse. Pour la première fois, cette nouvelle génération de machines présentée il y a un an comme une plateforme globale n'est pas fabriquée en Suisse, mais dans la zone euro. « Cette décision prise il y a quatre ans se révèle aujourd'hui excellente. Dans ce segment d'entrée de gamme très sensible au prix, nous sommes beaucoup moins exposés aux risques de change et pouvons agir au niveau mondial », explique Emanuel Probst. JURA a vendu 282 300 machines automatiques à spécialités de café en 2011, soit 12 300 unités de plus que l'année précédente. Sans compter la trois-millionième machine, qui est également sortie des ateliers de production l'année dernière.

### **Une stratégie offensive pour l'avenir**

En 2012, JURA veut franchir le seuil des 300 000 machines vendues. Des nouveautés seront également lancées au printemps et à l'automne sur les quatre plateformes principales. Afin de leur assurer une large notoriété, JURA revient à la publicité télévisée à partir d'avril, pour la première fois depuis de nombreuses années. Roger Federer, l'ambassadeur de la marque, en sera le sympathique protagoniste.

JURA entend donner plus de poids au secteur professionnel en proposant des machines automatiques pour les bureaux, les applications professionnelles et la restauration. « Nous voulons doubler l'importance de ce domaine d'activité d'ici trois ans, avec une gamme attrayante et des services innovants », prévoit Emanuel Probst.

### **Un attachement local évident**

Le nouveau bâtiment de Niederbuchsiten, qui accueille les pièces détachées ainsi que des foires et manifestations, est lui aussi orienté vers la croissance mondiale. L'enveloppe intérieure du bâtiment est déjà terminée, tandis que la grande salle est à moitié prête. La façade et les aménagements extérieurs seront également finalisés d'ici le milieu de l'année. Ce bâtiment abritera le premier « Professional Competence Center » au monde, une sorte de flagship store pour le secteur professionnel. Emanuel Probst décrit son caractère symbolique dans les termes suivants : « Comme le JURAWorld of Coffee, ce centre de compétences professionnel doit avoir un rayonnement mondial et constituer le point de départ des projets sur les marchés internationaux. »

En investissant 12 millions de CHF dans ce « Global Support Center », JURA témoigne d'un attachement clair au site de Niederbuchsiten. « Nous avons accordé beaucoup d'importance à l'architecture », déclare Emanuel Probst. « Le bâtiment montre que nous sommes très attentifs à un fonctionnement parfait, mais aussi à un design de qualité. » Une grande journée portes



ouvertes est prévue à l'automne, au cours de laquelle le nouveau bâtiment devrait être inauguré et montré au public intéressé.

\*\*\*\*\*

**Informations complémentaires**

JURA Elektroapparate AG  
Service médias  
Kaffeeweltstrasse 10  
CH-4626 Niederbuchsiten

Tél. : 062/389 83 40  
Fax : 062/389 83 35  
E-mail : [mediainfo@jura.com](mailto:mediainfo@jura.com)  
Internet : [www.jura.com](http://www.jura.com)

[www.mediainfo.jura.com](http://www.mediainfo.jura.com)