

**BLANCO : Le courage du changement comme clé du succès
100 ans d'engagement au cœur de la cuisine**

Depuis 1925, BLANCO est synonyme de produits pionniers pour la cuisine. Fondée par Heinrich Blanc à Oberderdingen (Bade-Wurtemberg), dans le sud-ouest de l'Allemagne, l'entreprise est passée au fil des décennies du statut d'entreprise unipersonnelle à celui de pionnier mondial des solutions pour les points d'eau dans la cuisine. Aujourd'hui encore, après 100 ans d'une histoire d'entreprise couronnée de succès, BLANCO est toujours ancré dans la propriété familiale et au siège, avec des liens étroits entre le siège, ses sites de production et de logistique, ses filiales et ses nombreux partenaires de vente dans le monde entier. La combinaison des racines locales, de la présence mondiale et du développement continu a fait de BLANCO une marque forte qui jouit d'une grande confiance dans le commerce de détail, l'industrie et l'artisanat, ainsi qu'auprès des consommateurs. « Les 100 ans de BLANCO signifient 100 ans de volonté permanente de changement et d'efforts pour améliorer continuellement les produits et les processus, ce qui est profondément ancré dans l'activité quotidienne », explique Frank Gfrörer, PDG du groupe BLANCO.

Les grands tournants : des changements qui posent des jalons

Ce courage du changement a façonné l'histoire du succès de BLANCO depuis le tout début. Lorsque Heinrich Blanc a identifié, dans les années 1920, un goulet d'étranglement dans l'approvisionnement en récipients à eau pour poêles, si importants pour la fourniture d'eau chaude, il a réagi de manière décisive. La production par l'entreprise de réservoirs d'eau pour poêles et leur fourniture aux fabricants de poêles ont constitué le premier pas en avant. Dès 1948, l'entreprise a présenté une

Presseinformation

Press Release
Information Presse
Información de Prensa

Page 2

gamme de produits élargie à la foire d'exportation de Hanovre, jetant ainsi les bases du développement ultérieur des marchés internationaux et de la création de filiales.

Un développement important a suivi lorsque BLANCO a reconnu le potentiel de l'acier inoxydable pour les éviers de cuisine en 1951 et a mis en place plusieurs sites de production dans la région au cours des années suivantes. Dès la fin des années 1950, l'entreprise a livré des éviers en acier inoxydable dans le monde entier, notamment à partir de l'usine de Sulzfeld. En 1963, sa part de marché atteignait 50 %. Aujourd'hui encore, les éviers, les cuves et les accessoires fabriqués à partir de matières premières hygiéniques, durables et recyclables jouent un rôle important chez BLANCO. "Pour BLANCO, l'entrée dans la transformation de l'acier inoxydable à cette époque n'était pas seulement une étape stratégiquement importante pour l'ouverture de nouveaux marchés. Grâce à une recherche ciblée, au développement d'un savoir-faire approfondi en terme de matériaux et à des compétences techniques exceptionnelles, l'entreprise a constamment établi des normes qui ont abouti à des produits et des matériaux révolutionnaires. Le développement de surfaces innovantes telles que le DURINOX, plusieurs fois primé, en est une preuve impressionnante", souligne Holger Stephan, Directeur des opérations du groupe BLANCO.

L'introduction sur le marché des éviers en granit composite, pour lesquels BLANCO a joué un rôle de pionnier dans l'industrie en 1981, marque une nouvelle étape importante. Le SILGRANIT d'aujourd'hui est le résultat d'efforts continus visant à toujours optimiser les propriétés du matériau. Cette matière première durable et facile d'entretien a non seulement révolutionné la fonctionnalité et le design des éviers, mais elle souligne également la force d'innovation de BLANCO. Aujourd'hui,

Presseinformation

Press Release
Information Presse
Información de Prensa

Page 3

trois usines ultramodernes situées à Sinsheim (Allemagne), Most (République tchèque) et Toronto (Canada) fabriquent des produits en réseau et orientés vers l'avenir pour répondre à la demande mondiale.

En route pour le point d'eau de cuisine

BLANCO a très vite compris que la cuisine est bien plus qu'un espace fonctionnel austère. L'entreprise défend toujours la philosophie selon laquelle la cuisine est un espace de vie qui doit fournir et coordonner des installations techniques et des éléments encastrés de manière à faciliter et à enrichir la vie quotidienne. Dès les années 1980, l'accent a été mis sur le point d'eau de la cuisine, et l'entreprise a élargi sa gamme pour inclure des mitigeurs et des systèmes de gestion des déchets pour le meuble sous évier - une réponse logique aux besoins changeants des marchés dans lesquels le point d'eau devient de plus en plus le centre névralgique de la cuisine. La prise de conscience du fait que les gens passent la majeure partie de leur temps dans cet endroit de la cuisine, en raison des nombreuses activités et tâches quotidiennes, a encore aujourd'hui un impact majeur sur le développement des produits.

Fournisseur premium avec BLANCO UNIT en tant que solution globale pour le point d'eau

Avec sa vision de faire du point d'eau dans la cuisine un espace qui améliore sensiblement la qualité de vie au quotidien, l'entreprise a réorienté son modèle commercial de fabricant de composants (évier, robinetteries, etc.) pour devenir en 2020 un fournisseur de solutions globale à l'échelle mondiale. BLANCO s'appuie sur une interaction harmonieuse et fonctionnellement parfaite entre l'évier, le mitigeur et le système de tri des déchets du sous meuble ainsi que les accessoires - incarnée par le concept BLANCO UNIT, qui peut être parfaitement

Presseinformation

Press Release
Information Presse
Información de Prensa

Page 4

configuré en fonction des exigences de taille et du style d'aménagement intérieur souhaité.

Différenciation et internationalisation

L'offre de BLANCO permet au commerce de détail de créer des solutions de haute qualité et faciles à planifier/intégrer, avec une valeur ajoutée tangible pour les utilisateurs. Avec BLANCO UNIT, l'entreprise parvient ainsi à revaloriser de manière significative le point d'eau de cuisine en tant qu'espace fonctionnel, central dans la cuisine, et à se différencier clairement sur le marché.

BLANCO se caractérise également par une collaboration avec les clients du commerce de détail axée sur le service et le partenariat. BLANCO les soutient par des prestations de service complètes, des offres de formation et des outils marketing. Le modèle commercial réussi de BLANCO repose sur un réseau mondial de 12 filiales en Europe, Asie, Australie et en Amérique, ainsi que sur de nombreux partenaires de vente sur environ 60 marchés étrangers importants dans le monde entier, qui assurent conjointement le développement du marché dans leurs régions respectives. Cela permet d'identifier très tôt les besoins des marchés locaux et de mettre en œuvre de manière optimale les objectifs de la stratégie globale de l'entreprise.

Un savoir-faire interne associé à un solide réseau de fournisseurs

BLANCO investit fortement dans le développement de son propre savoir-faire sur la quasi-totalité de la chaîne de valeur. Cela se traduit par de nombreuses innovations, tant dans la gamme de produits que dans les technologies et processus de production. En outre, l'entreprise travaille main dans la main avec un réseau mondial de plus de 300 fournisseurs, issus d'une quinzaine de nations, en entretenant des partenariats stratégiques et en garantissant ainsi la fiabilité de la chaîne

d'approvisionnement. Le perfectionnement et la surveillance continus de tous les processus dans l'entreprise garantissent que les composants de BLANCO UNIT répondent aux critères d'essai et aux normes de qualité exigeants et résistent à long terme aux sollicitations quotidiennes dans la cuisine. Le respect des normes et standards internationaux est vérifié et assuré. Des certifications complémentaires viennent souvent compléter les gages de qualité de nos produits.

La boussole des valeurs guide les collaborateurs chez BLANCO

BLANCO vit une culture d'entreprise basée sur des valeurs globales définies. La force d'innovation n'est donc pas seulement une question de développement technique, mais se réfère également au soutien d'idées créatives dans un climat de travail inspirant. C'est pourquoi une grande attention est accordée au développement ciblé des compétences et de l'expertise des collaborateurs. « Avec son histoire centenaire, BLANCO prouve que des racines solides ne sont pas un frein, mais plutôt la base et la motivation pour orienter l'entreprise de manière cohérente vers l'avenir - avec une boussole de valeurs claire et le courage de fixer le cap au bon moment et de façonner activement le changement », déclare le directeur financier du groupe BLANCO, Rüdiger Böhle.

En cette année de centenaire, BLANCO peut se targuer d'une histoire à succès caractérisée par une orientation client et une volonté permanente de changement, toujours tournée vers l'avenir. Frank Gfrörer explique : "Notre vision de l'avenir est claire. Nous voulons continuer à améliorer le point d'eau de cuisine, tout en exploitant davantage le potentiel de la numérisation et de la connectivité. Notre application BLANCO UNIT pour la commande et la configuration

Presseinformation

Press Release
Information Presse
Información de Prensa

Page 6

confortables des robinetteries intelligentes en est un exemple impressionnant. Un design moderne et un langage de marque concis qui rayonne sur la longévité et la qualité de vie continueront à tracer la voie pour nous à l'avenir."

Images :

Image 1 :



Fondateur de l'entreprise Heinrich Blanc (1896–1960)

Image 2 :



Premier produit mis sur le marché : Le récipient à eau chaude.

Presseinformation

Press Release
Information Presse
Información de Prensa

Page 7

Image 3 :



Tourné vers l'avenir : Début de la production d'éviers en acier inoxydable à l'usine de Sulzfeld, au début des années 1950.

Image 4 :



Emballage d'évier à l'usine de Sulzfeld. Avec sa gamme de produits en acier inoxydable, BLANCO a très tôt misé sur le bon cheval. Dès les années 1950, ces produits à succès ont été exportés sur les marchés internationaux.

Image 5 :

Presseinformation

Press Release
Information Presse
Información de Prensa

Page 8



Le siège du groupe BLANCO se trouve toujours sur le site fondateur de l'entreprise à Oberderdingen, dans le sud-ouest de l'Allemagne. Avec 12 filiales dans le monde entier et un réseau de partenaires solide et de longue date dans environ 60 régions internationales, BLANCO est présent sur tous les marchés importants.

Image 6 :



Le savoir-faire de l'usine BLANCO de Sulzfeld en matière de traitement et de perfectionnement de l'acier inoxydable, approfondi en permanence au cours de sept décennies, se reflète dans une gamme de produits de haute qualité, récompensée à de nombreuses reprises pour sa force d'innovation. En tant qu'élément central d'un BLANCO UNIT, les éviers et les cuves, comme tous les modules pour le point d'eau de cuisine, sont soumis à de rigoureux et nombreux tests de qualité.

Presseinformation

Press Release
Information Presse
Información de Prensa

Page 9

Image 7 :



Depuis 100 ans, BLANCO se caractérise par sa volonté et sa capacité à évoluer en permanence. Depuis 1995, l'usine de Sinsheim fabrique des éviers et des cuves en Silgranit, un matériau coloré résistant et facile d'entretien. D'autres usines BLANCO pour les éviers en matériau composite, qui sont demandés dans le monde entier, se trouvent à Most (CZ) et à Toronto (CA). Le Silgranit a révolutionné la fonctionnalité et le design des éviers, et de nombreuses récompenses internationales pour les lignes de produits soulignent la force d'innovation de BLANCO.

Image 8 :



Un réseau de production et de logistique efficace, composé de trois sites pour la fabrication des produits Silgranit, d'un site pour la fabrication des éviers et des cuves en acier inoxydable et de plusieurs sites logistiques

Presseinformation

Press Release
Information Presse
Información de Prensa

Page 10

dans le monde entier, garantit la stabilité et la fiabilité de la chaîne d'approvisionnement.

Image 9 :



Aujourd'hui encore, BLANCO est une entreprise 100 % familiale. L'entreprise se caractérise par une grande continuité dans sa gestion. Le conseil d'administration actuel du groupe BLANCO avec le président-directeur général Frank Gfrörer (au centre), qui est également membre du conseil d'administration de BLANC & FISCHER, le directeur de l'exploitation et des opérations Holger Stephan (à gauche) et le directeur financier Rüdiger Böhle (à droite).

Presseinformation

Press Release
Information Presse
Información de Prensa

Page 11

Image 10:



100 ans et pas fatigué du tout : la gamme de systèmes BLANCO permet aux clients de trouver des solutions de haute qualité et faciles à planifier pour les points d'eau de cuisine, avec une plus-value pour l'utilisateur dont il peut faire l'expérience tous les jours - par exemple lorsqu'il s'agit de se servir de l'eau filtrée directement au robinet, sur simple pression d'un bouton. Tous les processus sur BLANCO UNIT sont fluides - grâce à des accessoires astucieux pour la cuve et les modules pour les systèmes de boisson, pour le rangement des ustensiles et le pré-tri des matériaux recyclables qui exploitent au maximum l'espace dans le meuble sous évier.

Crédit photo : BLANCO