



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Rapport annuel 2016 : Ontex étend son assise internationale et l'importance de ses marques

Alost-Erembodegem (Belgique), le 10 avril 2017 – Ontex a publié aujourd'hui son rapport annuel pour l'exercice 2016. Ce rapport montre que l'intégration fructueuse de Grupo Mabe, au Mexique, a considérablement renforcé la présence internationale d'Ontex et a élargi son portefeuille de marques propres. Les principales priorités pour 2017 sont les suivantes: l'intégration de la récente acquisition dans le domaine de l'hygiène personnelle au Brésil, l'implémentation d'un programme ambitieux de durabilité et le développement des activités de marques propres et de marques de distributeurs.

Le rapport annuel complet peut être téléchargé [ici](#).

La nouvelle Americas Retail Division contribue à l'expansion et à la croissance internationales

Le point d'orgue de 2016 a été la mise en place de l'Americas Retail Division d'Ontex au mois de mars, à la suite de l'acquisition de Grupo Mabe, une entreprise majeure d'hygiène personnelle basée au Mexique. Cette acquisition a diversifié davantage le portefeuille de produits de marque d'Ontex et élargi l'empreinte géographique en Amérique du Nord et en Amérique latine, élargissant ainsi les opportunités de croissance. L'intégration fructueuse de Grupo Mabe a permis à Ontex d'atteindre une part de marché de 40 % dans la catégorie des couches pour bébés du marché de détail moderne mexicain. À la fin de l'année, l'Americas Retail Division a été encore renforcée par la signature de l'accord autorisant l'acquisition de l'entreprise d'hygiène personnelle Hypermecas SA, au Brésil.

Cette transaction relative à l'hygiène personnelle au Brésil devrait presque doubler le périmètre de l'Americas Retail Division. En 2016, les revenus d'Ontex Group ont approché pour la première fois la barre des deux milliards d'euros, ce qui représente une augmentation de 18 % par rapport à l'année précédente.

Charles Bouaziz, CEO d'Ontex : « *Les acquisitions stratégiques en Amérique jouent un rôle essentiel dans l'accélération de la croissance de notre présence géographique et de nos activités de marque. Notre objectif est de tirer le meilleur parti de ce que l'entreprise a réalisé au niveau local, d'échanger les meilleures pratiques et de les optimiser à notre échelle. Les synergies liées aux acquisitions, telles que l'approvisionnement, la transformation et la chaîne logistique, contribuent à garantir les investissements dans nos activités et opérations, comme l'illustre Dourges* ».

L'ouverture d'un nouveau site de production à Dourges (France), le 1^{er} décembre, fut un autre temps fort de l'année 2016 pour Ontex. Consacrée aux produits pour adultes incontinents, cette nouvelle usine a été construite en moins de 10 mois et est déjà en exploitation. L'équipement de production optimisé et la disponibilité de l'espace nécessaire pour un futur agrandissement permettront à Ontex de servir ses clients européens d'autant plus efficacement.

Accroître l'importance des marques propres

Ontex dispose traditionnellement d'un solide portefeuille et d'une vaste expertise dans la production et la commercialisation d'une gamme de marques de distributeurs. En parallèle, l'entreprise affiche une part croissante de produits de marques propres, comprenant des produits de soins pour bébés et pour adultes, ainsi que des produits d'hygiène féminine, distribués dans un grand nombre de pays. On retrouve notamment les couches Canbebe dans le segment des soins pour bébés ; des marques telles qu'ID, Serenity et Canped dans le segment des soins pour adultes ou encore la marque Helen Harper pour les soins pour bébés et pour femmes. Les acquisitions de Grupo Mabe et les activités d'hygiène personnelle du groupe Hypermarchas, dont le succès repose sur des marques locales solides comme PomPom ou AdultMax, contribuent de manière significative à ce développement. En 2016, les marques d'Ontex représentaient 44 % des revenus du groupe, contre 37 % en 2014. Suite aux deux acquisitions, la proportion des revenus générés par les marques d'Ontex passera pour la première fois la barre des 50 %.

Oriane Perraux, Group Marketing Director : *« Ces dernières années, Ontex est passé d'une entreprise de production à une entreprise internationale de biens de consommation. Nos propres lignes de produits gagneront encore en importance à l'avenir. Notre stratégie de production reste cependant inchangée. Les innovations et les développements dans les deux catégories – marques propres et marques de distributeur – sont conçus à la mesure des marchés locaux et sont guidés par des études exhaustives auprès des consommateurs. L'avis des consommateurs nous fournit l'étincelle créatrice qui nous permet de développer des produits neufs et efficaces, répondant à des besoins non satisfaits jusqu'à présent ».*

Nouvelle structure de durabilité

En 2016, Ontex a créé une nouvelle structure afin d'intégrer la notion de durabilité à toutes les activités et divisions de l'entreprise. À l'issue d'une analyse approfondie d'importance relative, l'approche de durabilité a été divisée en quatre volets : croissance durable ; collaborateurs au cœur de l'entreprise ; droits de l'homme/éthique professionnelle et production responsable. Des objectifs ambitieux ont été fixés dans chacun de ces domaines. Dans la partie « production responsable » par exemple, l'entreprise entend, en 2017, réduire de 20 % ses émissions de CO2 pour le transport de marchandises par rapport à 2012. Autre exemple : d'ici à 2020, la consommation électrique devrait être réduite de 10 % et l'ensemble de l'électricité consommée devrait provenir de sources renouvelables.

Annick De Poorter, Group R&D, Quality and Sustainability Director : *« En tant qu'un des premiers fournisseurs de solutions d'hygiène au monde, nous sommes pleinement conscients du fait que nous devons réduire l'impact environnemental de nos produits. Nous nous engageons également pour le bien-être de nos collaborateurs. Cette nouvelle structure et les objectifs ambitieux que nous nous fixons contribuent à la durabilité de notre cœur de production ».*

Le rapport de durabilité peut être téléchargé [ici](#).

DEMANDES DE RENSEIGNEMENTS INVESTISSEURS

Philip Ludwig
+32 53 333 730
philip.ludwig@ontexglobal.com

DEMANDES DE RENSEIGNEMENTS PRESSE

Gaëlle Vilatte
+32 53 333 708
Gaelle.vilatte@ontexglobal.com

À propos d'Ontex

Ontex est un leader international dans la fourniture de solutions d'hygiène personnelle, spécialisé dans les secteurs baby care, feminine care et adult care. Les produits innovants d'Ontex sont distribués dans plus de 110 pays, à la fois sous des marques de distributeurs renommées et sous des marques propres, telles que bbTips, BigFral, BioBaby, Canbebe, Kiddies et Serenity.

Ontex, dont le siège social est établi à Alost, en Belgique, est présent dans plus de 25 pays et emploie plus de 11 000 personnes passionnées dans le monde entier. Ontex est coté sur Euronext Brussels et fait partie des indices Bel20 et STOXX® Europe 600. Pour rester au courant des dernières actualités, rendez-vous sur www.ontexglobal.com ou suivez-nous sur LinkedIn.