



Téléphonie pour seniors

29 mars 2011

2010 : une nouvelle année record pour Doro

Jérôme Arnaud, PDG, est heureux de partager avec vous les succès des salariés et partenaires de Doro, entreprise suédoise qui a vu son activité dédiée aux seniors croître de 67% en 2010 pour représenter 79% du chiffre d'affaires.

Doro confirme sa position de leader mondial des mobiles simplifiés pour seniors dont elle a vendu à ce jour plus de 1,2 million d'exemplaires.

Au total, du fait de la décroissance de l'activité téléphonie résidentielle classique, la croissance de la société est de 28,5% au total.

Dirigée depuis fin 2007 par le français Jérôme Arnaud, l'entreprise a su, en l'espace de 3 ans, se développer à l'échelle mondiale sur le marché des telecoms pour seniors. Les mobiles Doro sont vendus dans toute l'Europe, aux Etats-Unis, en Asie, en Amérique Latine, en Australie et en Nouvelle-Zélande (cf témoignages clients dans le rapport annuel). L'entreprise a signé des accords de distribution avec de nombreux opérateurs et est aussi présente en grande distribution, magasins spécialisés et e-commerce.

Un succès rendu possible grâce à une gamme de produits très adaptée à la cible des seniors et couronnée de nombreux prix internationaux du design.

Chiffres clés* – Année 2010 (vs 2009)

- Chiffre d'affaires : 71 millions d'euros (55 millions €), soit une hausse de 28,5 %
- Résultat d'exploitation : 5,3 millions d'euros (3 millions €) soit 7,4% du CA (5,4%)
- Bénéfice net : 6,4 millions d'euros (2,6 millions €)
- Bénéfice net par action : 0,33 euro (0,14 €)

*sur la base d'un cours au 31 décembre 2010 de 8,99 couronnes pour 1 euro

Commentaires de Jérôme Arnaud, PDG de Doro :



« Au début de ma quatrième année à la présidence de Doro, je suis très satisfait d'annoncer des résultats importants en terme de croissance, de reconnaissance de nos produits et de résultats financiers. La concentration sur notre activité Care Electronics (telecoms pour seniors), qui a progressé de 67% cette année et représenté 79% de notre chiffre d'affaires, a permis, comme en 2009, l'introduction de la marque Doro dans de nouveaux pays (ex : Canada, Nouvelle-Zélande) et conforté notre position de leader sur les marchés existants (ex : nouveaux partenariats avec des opérateurs locaux). Dans le même temps, nous sommes parvenus à améliorer la rentabilité de notre division Home Electronics (téléphonie résidentielle).

Dans une période d'incertitude économique, nous sommes fiers de pouvoir dire que l'action Doro a représenté un excellent placement en 2010 et presque triplé sa valeur.

Des produits adaptés

Notre succès s'appuie sur des produits considérés comme les mieux adaptés à leurs besoins par les seniors eux-mêmes et récompensés lors de nombreux tests de magazines pour consommateurs. Un succès qui nous amène déjà à nous prémunir contre la copie.

Marketing

En 2010 nous avons renforcé nos investissements pour conforter la marque Doro, notamment au travers de campagnes de publicité à la télévision dans les pays nordiques, en France, en Grande-Bretagne, en Allemagne. La marque Doro a aussi beaucoup retenu l'attention des media dans tous les pays où nous sommes présents.

Perspectives

La population mondiale des 65 ans et plus s'élève à 518 millions de personnes. Doro y voit un marché potentiel de 5 à 6 millions de produits, plus le renouvellement. Dans les pays où nous sommes déjà présents nous pensons pouvoir atteindre une part de marché de 15 à 20% de la population des seniors dans les 3 à 5 ans (elle est actuellement de maximum 10%).

En 2011 nous lancerons des mobiles 3G, plus en phase avec les réseaux des grands opérateurs et un mobile avec appareil photo, comme le réclament certains seniors.

La télésanté à travers le mobile

A l'écoute de notre cible nous avons identifié un domaine qui pourrait enrichir notre offre : les services de télésanté à travers le mobile. La plupart des applications actuelles fonctionnent sur des smartphones ou des outils de communication dédiés à la santé. Notre intention est d'utiliser notre savoir-faire pour rendre accessible ces services sur des mobiles simples d'utilisation.

Deux premiers partenariats ont été signés avec MyGlucoHealth, leader de la télégestion du diabète et Medixine pour l'aide à l'observance de la prise de médicaments par simple appui sur une touche.

Pour les trois années à venir, notre objectif est d'aller vers un chiffre d'affaires plus équilibré entre téléphones mobiles simplifiés et services associés ».



Contact Presse

Nathalie Inbona - 13, place St Germain des longs Prés - 92100 Boulogne
Tél : 01 46 20 43 61 - 06 09 83 81 02 - E-mail : ninbona@club-internet.fr

A propos de Doro

Riche d'une expérience de plus de 35 ans en téléphonie, Doro, entreprise suédoise, est aujourd'hui le spécialiste des téléphones fixes, mobiles et accessoires pour les seniors. Cette activité connaît une croissance rapide et importante car elle répond aux besoins d'une population mondiale grandissante avec des produits très adaptés qui ont déjà reçu plusieurs prix internationaux du design.

Les produits Doro sont vendus dans plus de 30 pays sur les cinq continents via un réseau de distributeurs tels que la grande distribution, les opérateurs, les magasins d'électronique, l'e-commerce et les réseaux spécialisés.

L'entreprise développe et commercialise également des téléphones résidentiels et produits de communication professionnels.

Elle a réalisé en 2010 un chiffre d'affaires de 71 millions d'euros, soit une augmentation de 28,5% (vs 09). L'action est cotée à la bourse de Stockholm, Nordic List, petites capitalisations. Elle est dirigée par Jérôme Arnaud, l'un des trois français à la tête d'une entreprise suédoise cotée.

Pour plus d'informations et photos : www.doro.com