**Des investissements s’imposent pour façonner le futur de l’audio.**

Conversation avec les co-CEO Dr. Andreas et Daniel Sennheiser concernant les résultats de l’année 2023

*« Notre ambition est de façonner l’avenir de l’industrie audio. Ceci nous oblige à faire des investissements d’avenir depuis des générations et pour des générations »
​* ​ ​ ​ ​ – Daniel & Andreas Sennheiser

**L’année 2023 a-t-elle été bonne pour le Groupe Sennheiser ?**

*Daniel Sennheiser :*Nous sommes plus que satisfaits. Notre chiffre d’affaires global est de 527,2 millions d’euros. Nous poursuivons notre croissance pour la troisième année consécutive. En tant qu’entreprise familiale, nous sommes particulièrement fiers de ce résultat qui augure d’une croissance durable et pérenne.

*Andreas Sennheiser :*Le chiffre d’affaires est en hausse dans toutes les régions du monde. C’est la région EMEA qui enregistre le meilleur chiffre d’affaires, mais aussi le plus fort taux de croissance, surtout en Allemagne, notre marché domestique. L’Asie poursuit son développement également. Cette croissance confirme que la région continue de se remettre des effets de la pandémie et que l’activité audio professionnel de l’entreprise gagne en importance sur des marchés jusqu’ici dominés par les produits grand public. L’activité se maintient sur le continent américain. Toutefois on observe un ralentissement de la croissance qui s’explique surtout par des comportements de consommation plus prudents.

**Quels sont selon vous les principaux facteurs de performance en 2023 ?**

*Andreas Sennheiser :* Dans le secteur Business Communication, la croissance doit surtout à la forte demande continue de solutions audio professionnelles pour les environnements hybrides de travail et d’apprentissage. De nombreux clients ont investi pour optimiser leur infrastructure technique et ont remplacé des produits installés à la hâte pendant la pandémie. Dans ce contexte, nous enregistrons une forte demande, notamment de nos produits TeamConnect Ceiling et Team Connect Ceiling Medium.

*Daniel Sennheiser :* Les résultats de notre activité audio live sont excellents tout au long de l’année. Cela confirme que vibrer ensemble au rythme de la musique est un besoin fondamental de l’être humain. En 2023, de nombreux artistes étaient en tournée au point qu’il y a rarement eu autant de concerts qu’actuellement. Cet engouement pour les expériences live a naturellement un impact positif sur notre activité. La croissance du secteur audio professionnel doit essentiellement aux ventes de microphones sans fil de grande qualité et de produits de monitoring in-ear. Dans le secteur audio live, le système de micros miniatures à pince MCM (Miniature Clip Mic) de Neumann a remporté un vif succès.

*Andreas Sennheiser :* Nous sommes également très heureux d’explorer de nouvelles applications industrielles qui s’avèrent lucratives, comme avec Sennheiser Mobility. En 2023, nous avons noué des partenariats fructueux, notamment avec la marque automobile CUPRA, dont le modèle Tavascan est le premier à être équipé de solutions audio Sennheiser en standard.

Nous devons notre réussite à l’engagement de nos collaborateurs partout dans le monde. Nous sommes convaincus de pouvoir compter sur les meilleures équipes, les plus passionnées de toute l’industrie audio. Ce que nous accomplissons tous ensemble est vraiment très impressionnant.

**Comment envisagez-vous l’avenir ? Quelles perspectives pour 2024 ?**

*Daniel Sennheiser :* Nous observons un retour à la normale après la dynamique forte qui a suivi le COVID. Le premier semestre 2023 était nettement meilleur que prévu, mais nous avons constaté une stabilisation notable des marchés au second semestre, ce à quoi nous nous attendions. Nous pensons que cette tendance se confirmera en 2024. Nous retrouvons des taux de croissance habituels, comme déjà précisé au second semestre 2023.

*Andreas Sennheiser :* 2024 promet d’être une année tout aussi dynamique, du fait surtout de facteurs externes comme les décisions des grandes banques centrales concernant les taux d’intérêt et l’évolution des conflits géopolitiques. Tout comme les fluctuations de la demande, ce climat incertain peut venir nourrir des craintes pour l’avenir et avoir un fort impact sur la demande. Il est très important pour nous de pouvoir répondre avec le maximum de flexibilité à la volatilité du marché.

*Daniel Sennheiser :* Grâce à nos formidables équipes, à la solidité de notre structure, à nos priorités claires et à la robustesse de notre stratégie, nous sommes très bien positionnés pour 2024 et convaincus de pouvoir dépasser ces incertitudes. Après près de trois années de croissance consécutives, nous devons nous tenir prêts à redoubler d’efforts face à une concurrence plus intense.

**Parlons stratégie : en tant qu’entreprise familiale, vous insistez sur la nécessité d’une croissance durable. Qu’est-ce que cela implique ?**

*Daniel Sennheiser :* Notre ambition est de façonner l’avenir de l’industrie audio. Ceci nous oblige à faire des investissements d’avenir pour les générations futures. Nous avons toujours investi davantage que la moyenne des entreprises de notre secteur. L’an dernier, nous avons investi près de 62 millions d’euros. Le fait d’être une entreprise familiale nous confère la liberté d’investir de façon durable et contracyclique, sans les considérations trimestrielles à court terme.

Rien qu’en R&D, Sennheiser a investi près de 46 millions d’euros en 2023, soit 8,7 % du chiffre d’affaires. Nous privilégions les projets à forte valeur ajoutée qui font une réelle différence pour nos clients, comme avec AMBEO Spatial Audio, technologie d’écoute immersive de l’enregistrement à la lecture, ou encore Sennheiser Mobility.

*Andreas Sennheiser :* Nous investissons également dans la transformation numérique et l’optimisation continue de nos processus. Nous avons notamment recruté massivement pour renforcer nos équipes de R&D et d’informatique centrale. Enfin, 13 millions d’euros ont été investis dans l’agrandissement de nos sites de production en Roumanie et en Allemagne.

**Où en est Sennheiser de son parcours de transformation numérique ?**

*« À l’avenir, nos produits seront toujours plus numériques et interconnectés. C’est déjà le cas puisque nous développons déjà aujourd’hui des produits numériques et des modèles d’affaires. »
​* ​ ​ ​ ​ – Andreas Sennheiser

*Andreas Sennheiser :* L’an dernier, nous avons investi près de 3 millions d’euros dans un nouveau site web, des systèmes de backend et une architecture cloud, autrement dit tout ce qui compose la chaîne de valeur numérique.

La transformation numérique comporte deux facettes : une facette orientée client et une facette procédurale, à base de processus. La facette orientée client délivre des produits toujours plus numériques. Bientôt, nos clients pourront nous acheter des solutions complémentaires, comme des logiciels ou des licences pour les systèmes sans fil. La facette procédurale porte davantage sur la numérisation de nos opérations en vue de gagner nettement en efficacité. Ceci suppose de disposer d’une infrastructure technique adaptée et d’employés qualifiés.

**Vous investissez depuis longtemps dans votre chaîne d’approvisionnement. En quoi est-ce si important pour vous ?**

*Daniel Sennheiser :*Depuis toujours, nous tenons à maîtriser une part importante de la chaîne de valeur. Cette volonté d’indépendance stratégique s’est révélée bénéfique à maintes reprises ces dernières années dans un contexte de difficultés d’approvisionnement et de situations géopolitiques instables à l’échelle internationale. Malgré les fluctuations de la conjoncture économique, nous avons toujours pu assurer nos livraisons ce qui fait de nous un partenaire fiable aux yeux de nos clients. Cet avantage nous distingue de très nombreuses autres entreprises.

Nous ne cessons d’investir dans nos propres sites de production, ici à Wedemark en Allemagne, et à Braşov, en Roumanie. En 2023, ce sont près de 13 millions d’euros qui ont été injectés. Dans notre siège de Wedemark, nous avons beaucoup investi dans la modernisation et l’automatisation des process de fabrication. Simultanément, nous avons poursuivi l’agrandissement de notre usine de Braşov en Roumanie ; les capacités de production ont été multipliées par trois depuis l’inauguration de l’usine en 2019. Récemment, nous avons lancé la fabrication de notre dernier produit, le EM 4, un récepteur quadricanal de la série EW-DX. Ceci marque un nouveau jalon pour la fabrication de produits de haute précision sur notre site roumain.

Les effectifs de fabrication des produits Sennheiser ou Neumann comptent 419 employés, dont 306 au siège de Wedemark et 113 dans l’usine en Roumanie. Ils font leur maximum pour que nous puissions tenir nos promesses envers nos clients, à savoir le contrôle qualité, la gestion des stocks, la fiabilité de distribution, autrement dit que le bon produit soit livré au bon endroit pour garantir la satisfaction de nos clients. Surtout, ces équipes savent fabriquer des produits offrant une expérience d’écoute exceptionnelle.

**Vous évoquez souvent l’importance à vos yeux de la satisfaction de vos collaborateurs. Vous venez d’ailleurs de remporter le Top Company Award de kununu en Allemagne pour la troisième année consécutive. Qu’est-ce qui explique selon vous que Sennheiser soit un employeur si spécial ?**

*Andreas Sennheiser :* Nous promouvons une culture d’entreprise fondée sur les relations personnelles et la proximité, nourrie par plusieurs décennies d’étroite collaboration. L’esprit d’équipe et la solidarité sont uniques chez Sennheiser. Nous sommes à la fois une entreprise familiale et une très grande famille. Nous sommes reconnaissants d’avoir la chance de travailler chaque jour avec la fantastique équipe Sennheiser, une équipe mondiale et diversifiée où chacun donne le meilleur de lui-même pour créer et faire vivre des expériences audio exceptionnelles à nos clients. C’est une joie que d’avoir reçu le prix kununu. Cette distinction confirme à nouveau notre engagement à créer une atmosphère de travail où les collègues sont libres de développer leurs talents et où la diversité des avis est valorisée.

Nous promouvons également une culture de confiance selon les principes New Work. Ceci se traduit par une grande flexibilité quant aux horaires et aux conditions de travail, dans la mesure du possible. Nous sommes convaincus par cette approche parce que nous n’avons pas eu à déplorer de baisse de la performance de nos collaborateurs contrairement à ce que craignent de nombreuses entreprises si leurs employés devaient ne pas être toujours au bureau. À l’inverse, nous constatons que nos équipes sont très fonctionnelles, avec certains qui travaillent au bureau, d’autres chez eux et d’autres encore en déplacement. Cette organisation nous convient parfaitement. Et cette approche facilite de surcroît le recrutement. Nous pouvons recruter des talents où qu’ils se trouvent et où qu’ils souhaitent résider. Nous avons notamment recruté des collègues à San Francisco qui se sont avérés de formidables atouts pour notre équipe. Parallèlement, nous proposons des avantages aux collaborateurs qui viennent travailler dans les bureaux, comme des rencontres sportives et une crèche pour accueillir les jeunes enfants. Nous sommes convaincus que c’est en proposant de tels avantages qu’une culture d’entreprise saine peut s’épanouir et non en imposant des quotas fixes de présence.

*Daniel Sennheiser :*Nous veillons également à créer des occasions de rencontres pour passer du temps ensemble. En effet, si la technologie moderne nous permet de rester en communication et de garder le contact, nous ne négligeons pas l’importance des contacts en personne. Notre entreprise est pilotée par des hommes pour des hommes. Les êtres humains aiment interagir entre eux et non avec des entités anonymes.

**Quels types de rencontres et d’expériences organisez-vous pour vos collaborateurs ?**

*Daniel Sennheiser :* Les contacts personnels ont été grandement limités ces dernières années du fait de la pandémie de COVID-19. Ces deux dernières années, nous avons donc souhaité organiser des événements localement pour faire se rencontrer les équipes d’une même région (EMEA, APAC et AMERIQUES). Les rencontres internationales n’étaient pas encore possibles du fait de restrictions dans certains pays. Cette année, par contre, des collègues de 40 pays ont enfin pu se réunir. Ceci nous a rappelé combien le relationnel et les contacts en personne sont primordiaux, pour envisager l’avenir ensemble, mais aussi pour fêter collectivement nos réussites.

**Sennheiser est une entreprise de taille moyenne mais de dimension internationale. Quelle est l’importance de la diversité à vos yeux ?**

*« La diversité est dans notre nature. Nos équipes sont aussi diversifiées que nos clients, partout dans le monde. Nous avons des collaborateurs dans une centaine de pays et ceux qui travaillent au siège de Wedemark sont originaires d’une trentaine de pays. »
​* ​ ​ ​ ​ – Daniel Sennheiser

*Daniel Sennheiser :* Notre culture d’ouverture et notre approche flexible et mobile des conditions de travail nous permettent de composer des équipes transversales et polyvalentes, en fonction des besoins et du niveau d’expertise, ce qui accroît notre efficacité collective.

Nous pensons également que les initiatives DE&I de diversité, d’équité et d’inclusion ne doivent pas se limiter à des déclarations d’intention ; nous mesurons donc régulièrement nos progrès en la matière. De surcroît, notre réseau Sennheiser Diversity Network s’organise en interne et nous aide à faire progresser ces thématiques. C’est l’une des caractéristiques de notre culture : la capacité de nos collaborateurs à prendre des initiatives et à développer des programmes pour sensibiliser et responsabiliser le collectif.

**Alors que Sennheiser promeut une culture d’ouverture au sein de l’entreprise, nous assistons à une montée des extrémismes dans la société. Quelle est votre position à cet égard ?**

*Andreas Sennheiser :* Comme Daniel vient de l’expliquer, notre posture est internationale par conviction. Sennheiser tient à valoriser l’ouverture, la tolérance et la coexistence paisible. Une coexistence propice à ce que chaque individu puisse exprimer son potentiel comme il l’entend. Et nous ne transigerons en rien à ce sujet ; c’est extrêmement important pour nous. Il n’y a aucune place pour la haine ou le racisme dans notre entreprise.

*Daniel Sennheiser :*Nous trouvons alarmant que des opinions populistes et des revendications d’extrême-droite, contraires à ces valeurs, s’expriment de plus en plus fortement en Allemagne. Nous avons le privilège de vivre dans un État de droit démocratique. Nous sommes à un moment où il est crucial de s’opposer à la xénophobie et de prendre fermement position pour la démocratie et ses valeurs de liberté et d’égalité.

**Quelles sont vos ambitions pour l’équipe Sennheiser dans les prochaines années et quels sont les domaines que vous entendez explorer ?**

*Daniel Sennheiser :* Collectivement, notre objectif est de continuer à façonner l’avenir de l’audio, comme c’est le cas depuis près de 80 ans. Nous abordons l’avenir en toute confiance en ne perdant jamais de vue la satisfaction de nos clients. Nous poursuivons nos objectifs en appliquant des stratégies claires qui donnent vie à des produits innovants : logiciels, équipements ou services.

*Andreas Sennheiser :* Pour les années à venir, c’est aussi la curiosité qui continuera de guider nos efforts collectifs. Nous restons ouverts et curieux qu’il s’agisse des possibilités de l’intelligence artificielle, des modèles d’affaires numériques ou des changements de comportement des clients. Nous sommes à l’affût de nouvelles solutions dans nos domaines de prédilection et demeurons ouverts à de toutes nouvelles applications comme avec Sennheiser Mobility. Il s’agit d’un processus continu : plonger dans l’inconnu, écarter des idées, tester de nouvelles choses, apprendre des erreurs, évoluer et se perfectionner. Tel est le chemin que nous entendons continuer de parcourir avec l’ensemble de nos équipes et avec nos clients.