

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

D'un atelier de bricolage au leader du marché mondial

Kärcher fête ses 90 ans - une action mondiale !

Wilrijk, janvier 2025 – Kärcher célèbre son 90^{ème} anniversaire en ce début d'année. En janvier 1935, Alfred Kärcher fonda un atelier de bricolage spécialisé dans les techniques de chauffage à Stuttgart. Au cours des décennies suivantes, la petite entreprise familiale se développa pour devenir une marque de renommée mondiale dans le domaine des techniques de nettoyage.

Contact presse
Pieter Weyn
Marketing Manager
Kärcher SA
Boomssteenweg 939
2610 Wilrijk (Anvers)

T +32 (0)3 340 08 51
pieter.weyn@karcher.com

« Kärcher incarne une passion profonde pour des solutions techniques qui font la différence et est ainsi devenu synonyme de qualité, d'innovation et de durabilité », souligne Hartmut Jenner, président du conseil d'administration d'Alfred Kärcher SE & co. KG. « Une croissance régulière, associée à de nombreuses récompenses, telles que le Prix allemand de la durabilité, confirment la position de notre marque. Bien entendu, nous devons également ce succès aux efforts inlassables de plus d'une génération d'employés Kärcher », a déclaré M. Jenner.

De plus, le succès du spécialiste du nettoyage a culminé au cours des 20 dernières années, avec une augmentation de 340 % du chiffre d'affaires et un effectif triplé.

90 ans, 90 actions de nettoyage mondiales

Pour célébrer son 90^{ème} anniversaire, les équipes internationales de Kärcher mèneront ensemble 90 projets de nettoyage gratuits dans des lieux publics, tels que des places, des parcs, des plages, des rives et des bâtiments historiques.

Dans ce contexte, Kärcher Belgique lancera une campagne de nettoyage « plogging » - faire du jogging tout en ramassant des déchets. L'initiative se déroulera sur neuf mois, de janvier à septembre, et s'achèvera lors de la Journée mondiale du nettoyage, le 19 septembre 2025. L'objectif est de permettre aux collaborateurs de nettoyer plus de 90 kilomètres de rues par mois et de collecter plus de 900 kilogrammes de déchets, soit un total de plus de 9 000 kilogrammes. Les participants peuvent ploguer librement, partout en

KÄRCHER

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Belgique et sans obligation. L'application « WePlog » permettra de suivre leurs progrès ainsi que leurs résultats.

Les clients de Kärcher pourront également profiter, durant cette année de célébration, de promotions et d'éditions spéciales 90Years.

L'innovation fait partie de l'ADN

Dès ses débuts, l'innovation a été une priorité essentielle pour Kärcher, un principe qui définit encore l'entreprise aujourd'hui. Parmi les premières réussites d'Alfred Kärcher figurent le four à bain de sel, conçu pour le durcissement des métaux légers, ainsi que des préchauffeurs pour moteurs automobiles et aéronautiques. Peu après, d'autres innovations ont émergé, révolutionnant le marché des équipements de nettoyage.

Le premier nettoyeur haute pression à eau chaude KW 350 est apparu en 1950, et en 1984, Kärcher a fait son entrée sur le marché de consommation avec le HD 555, le premier nettoyeur haute pression portable. D'autres étapes importantes ont été le lancement du robot ménager entièrement autonome RC 3000 au début des années 1990 et le célèbre WindowVac 50, qui a fait son apparition en 2008 et permettant dorénavant de nettoyer les vitres mécaniquement plutôt que manuellement. Parmi les nouveautés plus récentes, citons les robots de nettoyage entièrement automatiques, tels que l'autolaveuse KIRA B 50, et les appareils de nettoyage commandés par application pour les consommateurs.

L'internationalisation avec Irene Kärcher

Après le décès du fondateur en 1959, sa femme Irene Kärcher a repris la gestion de l'entreprise. Sous sa direction, les premières succursales de vente sont établies dans d'autres pays européens permettant ainsi la croissance internationale de l'entreprise Kärcher. En 1974, l'entreprise se concentre sur le nettoyage à haute pression et adopte la couleur jaune emblématique. Dans les années 1980, l'accent est mis sur les besoins en nettoyage de l'industrie de la construction et du transport et Kärcher se développe davantage en tant que fournisseur de systèmes.

Irene Kärcher a sans aucun doute laissé une marque importante sur l'entreprise et sa culture d'entreprise. Elle a pris les décisions de gestion les plus avant-gardistes qui ont permis à Kärcher d'évoluer d'une entreprise de

KÄRCHER

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

taille moyenne à un leader du marché mondial - sans perdre de vue les valeurs de l'entreprise familiale.

L'importance de la durabilité

Depuis la création de l'entreprise, l'accent a été mis sur les opérations durables et la circularité. Aujourd'hui encore, des mesures sont prises en permanence pour réduire les émissions, préserver les ressources, éviter les déchets et poursuivre les objectifs de durabilité. Dans ce contexte, Kärcher a été félicité et nommé à plusieurs reprises. Plus récemment, l'initiative Science Based Targets (SBTi) a confirmé que les objectifs de durabilité de Kärcher contribuent à limiter le réchauffement climatique à 1,5°C et sont conformes à l'Accord de Paris sur le climat.

À propos de Kärcher

Aujourd'hui, 17 000 personnes travaillent chez Kärcher, réparties dans 85 pays et 170 entreprises, qui contribuent ensemble à un monde plus propre. La gamme de produits Kärcher comprend plus de 3 000 produits de nettoyage et d'entretien. En 2023, l'entreprise a atteint un autre chiffre d'affaires record de 3,294 milliards d'euros.



Le tout premier appareil de nettoyage Kärcher : le premier nettoyeur haute pression à eau chaude européen KW 350 datant de 1950.

KÄRCHER

COMMUNIQUÉ DE PRESSE



Alfred Kärcher fonda l'entreprise Kärcher en janvier 1935. Après son décès prématuré, sa femme Irene reprit le flambeau. Kärcher devint un acteur international sous sa direction progressive.



Kärcher fait son entrée sur le marché des consommateurs en 1984 avec le HD 555 : le premier nettoyeur haute pression portable pour les consommateurs.

KÄRCHER

COMMUNIQUÉ DE PRESSE



Pour célébrer son 90^{ème} anniversaire, les équipes internationales de Kärcher s'uniront pour mener à bien 90 projets de nettoyage gratuits. Kärcher Belgique lancera une action de nettoyage « plogging ». L'objectif est de nettoyer plus de 90 kilomètres de rues entre collègues et de collecter plus de 9 000 kilos de déchets.

KÄRCHER