

Mots-clés : téléphonie, technologies, anniversaire, seniors, Mobile World Congress.

Communiqué de Presse

Paris, le 24 février 2014

MOBILE WORLD CONGRESS 2014

-

Pour ses 40 ans, Doro affirme plus que jamais sa position de leader sur le marché des technologies simplifiées !

Paris, le 24 Février 2014 - Du 24 au 26 février se tient le **Mobile World Congress** à Barcelone (Espagne) considéré comme le plus grand salon dédié à l'industrie de la téléphonie mobile. A cette occasion, Doro est heureux d'annoncer, pour la troisième année consécutive, sa position de **numéro un** de la téléphonie mobile simplifiée en Europe. En 2013, les derniers chiffres de GfK le confirment, Doro¹ est le leader en volume de ventes.

Ce résultat est une belle reconnaissance pour la marque **qui célèbre son 40^{ème} anniversaire cette semaine**. Un bel âge pour une entreprise qui continue à innover et étoffe chaque année un peu plus sa gamme de produits et de services. Au cours de ces 40 années, Doro s'est attaché à donner une place toujours plus importante aux valeurs de la marque : **la simplicité et l'expérience client**.

La société a récemment publié son rapport financier de l'année 2013, qui confirme sa bonne santé. Outre l'aspect financier, les consommateurs plébiscitent également la marque avec **un taux de satisfaction de 84% ! Jérôme Arnaud, président du groupe** a déclaré à cette occasion: « *Nous croyons fermement que l'âge n'est pas une raison pour arrêter de profiter de la vie. Il est de notre ressort de montrer que les personnes âgées peuvent compter sur un fabricant qui se soucie vraiment d'eux et de leurs besoins. Internet offre des avantages illimités tels que la diminution de l'exclusion, la connectivité et surtout le plaisir d'échanger avec ses proches. Nos produits et services sont autant de façons de permettre aux seniors de se connecter à Internet simplement* ».

Doro a pour ambition de devenir le leader des technologies simplifiées en connectant 80% d'une classe d'âge à Internet. Un défi que Doro entend relever en continuant à être sans cesse à l'écoute des attentes de ses clients, en lançant des produits toujours plus innovants, en réduisant la fracture numérique et en confirmant sa position de référent sur la téléassistance mobile.

¹ Volume de ventes de Doro comprenant Doro, Primo, les marques Swissvoice et Swisstone dans EU3 (France, Allemagne et Angleterre) sur la période de janvier 2013 à décembre 2013, GfK Panelmarket

Dans cette démarche de proximité client, **le tout premier magasin Doro a vu le jour et va être inauguré à Paris en mars 2014**. Cette boutique a pour objectif de mettre l'expérience client au cœur de son concept et de proposer aux clients de découvrir l'étendue de la gamme des produits Doro. Des spécialistes des nouvelles technologies y seront à l'écoute des clients afin de toujours mieux comprendre leurs besoins et répondre à leurs attentes.

Jérôme Arnaud revient sur cet anniversaire emblématique : « *Nous avons 40 ans aujourd'hui, mais nous restons jeunes et nous avons encore beaucoup de belles choses à réaliser ! Maintenir notre leadership est le plus beau cadeau d'anniversaire que nous pouvons souhaiter. Pour cela, cette année, nous allons déployer de nouveaux concepts qui permettront de diffuser les valeurs de Doro auprès de nombreuses personnes, indépendamment de leur âge* ».

A propos de Doro

Doro, leader européen des télécoms simplifiés, est une entreprise suédoise cotée, créée en 1974 et dirigée par Jérôme Arnaud.

Avec 40 ans d'expérience dans le secteur des télécommunications, l'entreprise est aujourd'hui spécialisée dans le développement et la commercialisation d'une large gamme de téléphones mobiles, smartphones, et ordinateurs simples d'utilisation. Si ses produits sont particulièrement adaptés à la population grandissante des seniors du monde entier, ils s'adressent également à toute personne souhaitant découvrir facilement les nouvelles technologies.

Pour un accompagnement complet, Doro propose également des produits de téléassistance et des solutions de m-santé. **La gamme des mobiles simplifiés Doro est sans équivalent et a plusieurs fois été récompensée de prix internationaux du design.**

Chiffres clés :

- **40 ans d'expérience** en télécoms
- Des téléphones vendus dans plus de **30 pays** sur les **5 continents**
- **Société cotée** : Stockholm OMX Nasdaq
- **Chiffre d'affaires 2013** : 133 M€ (+46.8 % vs 2012)
- **Croissance de 48 % du CA** (Q4 2013 vs Q4 2012)
- **5 millions de mobiles vendus**

Site web: www.doro.fr

Contacts presse :

ESCAL Consulting

Marion Deshays

marion@escalconsulting.com

01 44 94 95 73

Karine Berthier

karine@escalconsulting.com

01 44 94 95 63 / 06 60 95 70 77