

▲ seB[®] c'est toujours... bien !



Numéro un mondial du petit électroménager, le groupe SEB aux multiples marques porte le nom de la première d'entre elles, célèbre entre autres par sa cocotte.

Créé en 1987 par l'agence Young et Rubicam, le célèbre slogan *Seb c'est bien* s'efface en 1997 derrière *Inventer pour vivre mieux* avant de réapparaître en 2016 pour signer de nouveau les campagnes publicitaires. La preuve que c'est bien ? La part de marché valeur en France du produit star de Seb, la Cocotte-Minute – ou autocuiseur – est de 82 % et son taux de notoriété assistée de 93 % (40 % en spontanée). Et ces taux sont similaires pour les autres produits électriques (friteuse, robot, yaourtière, batteur...) de la marque. Seb ? un acronyme qui désigne aussi bien le nom d'une société – marque *corporate* –, groupe mondial présent dans 150 pays, que celui d'une marque commerciale, la première historiquement parmi 29 autres acquises à compter de la fin des années 1960 (cf. encadré). Raison d'être de la marque Seb, principalement commercialisée en France¹ ? « *Marque transgénérationnelle, sa*

mission est d'être au côté des gens pour les aider au quotidien à réaliser des bons plats à la maison », souligne Jean Naveau, directeur international produits et digital.

D'Antoine Lescure à Seb

Si Seb entre dans la légende en 1953 avec sa Super Cocotte, ses origines remontent au 17 juillet 1840, quand Antoine Lescure (1807-1863), rétameur ambulant d'origine auvergnate, se marie avec une Bourguignonne et décide de se fixer à Selongey, en Côte-d'Or. Il y achète une quincaillerie, qui deviendra ferblanterie en 1857, où il fabrique des seaux et des arrosoirs. Les générations Lescure se suivent et Jean (1841-1924), fils d'Antoine et compagnon du Tour de France, fonde au décès de son père, en 1865, la fabrique de ferblanterie Jean Lescure, toujours à Selongey. Celui par

¹ - Également en Belgique et en Algérie.

qui tout commença avait pour crédo d'appliquer la révolution technique aux objets les plus humbles et essentiels aux familles, de la casserole au simple seau. Il abandonne le commerce de quincaillerie pour la fabrication et surtout, investit dans une presse à emboutir Schuler à l'occasion de l'exposition universelle de 1900. Cette presse, qui donne la forme voulue aux pièces de métal sans recourir à la fusion, permet pour la première fois la mécanisation de la production et la diversification des produits. À la fin du XIX^e siècle, la fabrique de ferblanterie Jean Lescure compte une soixantaine d'employés. René, le petit-fils, lui succède en 1900, puis les enfants de ce dernier, Frédéric, Henri et Jean, en 1926, au sein de la société Lescure Petits-Fils. L'entreprise fabrique toujours des arrosoirs et des seaux en fer blanc, ainsi que des moules à fromage ou à gâteau, des pipettes à vin, des décalitres gradués, des cafetières, des casseroles, des passoires, des seaux à bec verseur... Elle contribue ainsi à l'équipement des foyers en appareils domestiques. L'aluminium, malléable, léger, mais solide et résistant à la corrosion et conduisant bien la chaleur, devient le support idéal de la cuisson. La fabrication en grande série permet de diminuer le coût de revient et de vendre de nouveaux produits à un prix attractif. En 1936, l'entreprise compte 250 ouvriers et devient, en 1944, la Société d'Emboutissage de Bourgogne (SEB). Les temps changent, la société française s'urbanise, avec l'apparition des classes moyennes qui vont faire les beaux jours de la société de consommation et des Trente Glorieuses. Le confort se démocratise, l'électricité



Le véhicule publicitaire conçu en 1955

entre dans tous les foyers et, avec elle, l'électroménager. Le trio Frédéric, Henri et Emmanuel Lescure va singulariser l'entreprise : au premier, président de 1952 à 1973, la responsabilité de l'exportation ; au second, président de 1973 à 1976, l'innovation et la production ; au troisième, fils de Frédéric – qui les a rejoints en 1951 –, président de 1976 à 1990, le marketing et la publicité. Ajoutons comme fer de lance, porte-avion de la consommation, la grande distribution et ses... grandes surfaces.

Seb, c'est... la reine de la cocotte

Seb abandonne la ferblanterie traditionnelle pour entrer dans l'univers des appareils domestiques et de l'équipement de la cuisine. Elle mise sur une idée géniale : créer une marmite à pression baptisée Super Cocotte, dont le



De gauche à droite : Antoine Lescure, rétameur. Jean Lescure et René Lescure

SEB RÉGALE VITE



Affiche de Raymond Savignac

couvercle ne sauterait plus grâce à un système d'étrier ². Atouts de ce premier autocuiseur français en aluminium fabriqué par emboutissage et qui va devenir un des grands piliers de la marque : une grande sécurité et un prix deux fois inférieur à la moyenne du marché. « Deux fois plus vite, deux fois moins cher, deux fois plus sûr », résume Jean Naveau. En octobre 1953, après plus de deux ans de recherches, sort des ateliers de Selongey un autocuiseur d'un nouveau type. Cas d'école : ce produit révolutionnaire naît avant la marque. Il faut en effet attendre le 16 janvier 1954 pour que Seb dépose le nom Super Cocotte. Promesse de sécurité et avenir sont inscrits dans son préfixe. Super, cette cocotte l'est à plus d'un titre... Sur un marché qui compte une quarantaine de marmites à pression – les Mélanie, Cocotte



Usine en 1900

Au choix :
le prix du gaz
ou le prix d'une SEB

Vous économiserez 50 % de gaz avec une Super-Cocotte SEB. Si, à l'heure actuelle, vous brûlez 20.000 francs de gaz par an, vous gagnerez 10.000 Francs sur cette dépense. L'appareil sera remboursé en 6 mois. Il vous assurera ensuite une économie : un intérêt à vie ! de quelques 200 %. Ne dites pas qu'une Super-Cocotte est chère, c'est la plus accessible et la plus payante des valeurs du monde.

Madame Durat, de Beaune, l'a comprise : « J'ai ma première cocotte, de super qualité économique, mais chère... »

Le livre de recettes rédigé par Franchette BERNARD pour la Super-Cocotte, est composé de 300 pages (300 recettes, 200 pages illustrées en couleurs). Ce livre est fourni gratuitement avec chaque Super-Cocotte.

SUPER-COCOTTE
SEB
Licence Denis Papin

« la cocotte n° 1 d'Europe »
Un million en service

Documentation C 2 sur demande à SEB - Selongey (Côte-d'Or)

GAIN DE TEMPS - GAIN DE COMBUSTIBLE

OFFREZ DES FLEURS.



Voici les nouvelles fleurs que vous offre aujourd'hui SEB sur ses modèles 6 et 8 litres. Un bouquet de fleurs exotiques pour faire, en beauté, une précieuse économie de temps d'environ 40 %. Le fond diffuseur de ces deux cocottes s'adapte aussi bien à la cuisson au gaz qu'à l'électricité.

LA COCOTTE MINUTE SEB.

moderne, Caroline, Faitout vite, Bonne Femme et une certaine Cocotte-Minute –, Super Cocotte est la première à résoudre le problème de la sécurité. Car il arrive à ces marmites de perdre leur eau, menaçant d'éteindre la flamme qui les chauffe, ou, pis, d'exploser comme une bombe en raison des impuretés présentes dans l'acier ! Super Cocotte est différente : son corps n'est pas comme celui de ses concurrentes, en fonte moulée, mais en aluminium laminé embouti sous presse. Ce matériau, inodore et non poreux, la rend plus hygiénique, plus légère et surtout plus sûre. Super, elle l'est avant tout par son système de fermeture : un étrier solidaire du couvercle s'encastre dans deux oreillons et se ferme par serrage. Si la vapeur augmente quand les soupapes sont obstruées, l'étrier se dilate et laisse échapper la vapeur le long des parois, sans risquer de brûler la cuisinière. Pour la première fois, l'autocuiseur s'auto-surveille et siffle quand c'est prêt ! « Avec elle, l'accident est impossible », affirme la réclame. Frédéric Lescure, président de Seb, s'apprête à la présenter au grand salon des arts ménagers de 1954 quand une cabale ourdie par ses concurrents lui en interdit l'exposition. Lui aussi

2 - C'est à Denis Papin que l'on doit l'invention, en 1682, de la marmite à vapeur sous pression, un récipient métallique hermétique au couvercle muni d'une soupape. Premier autocuiseur, il fut appelé « digesteur d'aliments » ou « machine à ramollir les os ».

va mettre à profit la pression... il fait parler de son produit miracle en lui dédiant une chansonnette, *Miss cocotte 54*, dont le texte sera distribué par ses 11 enfants : « *Pauvre de moi Super Cocotte,/ Le salon m'a fermé ses portes,/ C'est pas gentil monsieur Breton [le commissaire du salon],/ J'eusse été très bien dans le ton.* » Et devant ces mêmes portes, Frédéric Lescure construit un mur de cocottes ! Son opiniâtreté n'est pas vaine : l'année de son lancement, Super Cocotte se vend à 150 000 exemplaires. Ce savoir-faire mérite un faire-savoir. Aussi bien, Seb se lance pour la première fois dans la publicité multi-supports – on dirait multimodale aujourd'hui – : voitures, affiches (dont celle de Raymond Savignac), émissions de radio sponsorisées, cinéma... À la manière du célèbre slogan de Dubonnet, la réclame claironne fièrement : *Seb, Sebo, Sebon ou 2 fois moins chère et si simple*, avant de proclamer « *Monsieur, vous qui aimez la bonne cuisine, offrez-lui une Super Cocotte Seb. La cocotte de luxe à la portée de tous.* » En 1965, Seb achète Cocotte-Minute³. À l'heure où l'on parle d'économies d'énergie, Dominique Lavanant, alors jeune actrice, promeut l'autocuiseur « *économe en énergie* » dans une publicité signée Euro Advertising. En 1987, défiant les modes, Super Cocotte, devient Sensor ultra-cuiseur, une marmite autocuiseur munie d'un minuteur électrique et d'une baïonnette à verrouillage automatique, système de fermeture particulièrement sûr convenant aux marchés étrangers. En 1992, Young & Rubicam l'affirme : « *Aujourd'hui les femmes veulent manger sain, léger, équilibré, mais aussi bon, savoureux et vitaminé, cuisiner vite et bien.* » En 1993, la cocotte prend le nom d'Optima et propose deux vitesses ; elle devient Clipso en 1994 pour inaugurer un système d'ouverture d'une seule main, unique au monde ; en 1998, elle promeut l'équilibre alimentaire avec *Clipso, la cuisine saveur*, sous l'impulsion de l'agence Jean & Montmarin ; et en 2003, à sa mère lui demandant de fermer la cocotte, une adolescente imaginée par Publicis répond effrontément « *j'peux pas, j'ai pas de main* », avant de céder en appuyant de son coude sur un bouton rouge : « *Clipso control "pull", ouverture/fermeture facile, minuteur intelligent* ». L'évolution suivante est l'apparition d'un minuteur intégré, avec ClipsoMinut' Perfect. En 2017, ClipsoMinut duo sera le premier deux-en-un, proposant tout à la fois une cuisson mijotée ou ultra-rapide, façon faitout ou autocuiseur, d'une conception 30 % plus légère : « *Seb propose un produit plus simple, plus léger, toujours plus pratique, avec un revêtement antiadhésif qui permet de nettoyer plus facilement* », explique Jean Naveau. Aujourd'hui, 70 millions de Cocotte-Minute sont sorties de l'usine de Selongey, site historique du groupe, vendues sous la marque Seb en France et sous d'autres marques à l'international. Le fameux *Livre des recettes*, signé Françoise Bernard depuis 1956, a été vendu à plus de 10 millions d'exemplaires.



Publicité de 1975 avec Dominique Lavanant

Aujourd'hui, les recettes sont également proposées sur l'application Smart & Tasty, ainsi que de petits livres. Avec la Cocotte-Minute, la cuisine peut être diététique, traditionnelle ou exotique, de l'entrée au dessert. Elle est encore le cadeau idéal à l'occasion d'un mariage ou d'une naissance. « *Un tiers de cocottes sont offertes, deux tiers achetées et la cocotte authentique, l'originale, se vend toujours* », précise Jean Naveau. Sa durée de vie dépasse 20 ans, et plus si affinité ! Chaque Cocotte-Minute subit ainsi tout un protocole de tests d'endurance, parmi lesquels 10 000 ouvertures et fermetures du couvercle, 15 000 tractions pour évaluer la robustesse des poignées ou encore plus de 7 500 montées en pression ! « *Soit quelque 55 000 tests pour prendre en compte un usage de quatre fois par semaine sur 30 ans de vie, "30 ans de sécurité", priorité de la marque affichée sur nos packagings pour réassurer nos consommateurs* », ajoute Jean Naveau.

Seb, c'est... sans odeur, sans graisse, à distance...

Seb, c'est aussi la première friteuse électrique sans odeur, lancée en 1967, deuxième grand pilier de la marque. Réquisitionnée pendant la guerre pour fabriquer des masques à gaz, la société disposait, après la guerre, de stocks de filtres. Elle a inversé le principe : au lieu de concevoir des produits pour éviter que les vapeurs n'entrent, elle a imaginé une friteuse pour éviter qu'elles ne sortent. Déjà présente dans les foyers avec ses produits électriques (lire



page suivante), la marque Seb y fait son entrée via le petit écran en octobre 1968 pour vanter sa friteuse : « *mais ça ne sent rien, c'est bizarre que ça ne sente rien* », s'étonne un homme. « *Ça ne sent rien grâce au filtre rouge : frites légères, dorées, croustillantes* », répond la marque. En 1969, à l'occasion de la fête des mères, Seb met en avant son triptyque cafetière-cocotte-friteuse dans un dessin animé : « *c'est très simple avec Seb* ». En 1971, les frères Jacques entonnent « *Seb Seb Seb, les gastronomiques cafetière, autocuiseur, grill électrique, friteuse* ». Craignant les odeurs, Claude Piéplu prépare ses frites avec un masque à gaz en 1970 et propose l'année suivante un coupe-frites gratuit à tout acheteur de friteuse. En 1975, c'est la naissance de la super-friteuse électrique sans odeurs : « *ça existe !* ». En 1984, elle est toujours sans odeur, mais avec une sécurité : « *la différence, c'est le verrou* », « *seules les friteuses Seb ont un verrou* ». Super Cool propose une isolation thermique en 1989 avant d'être dotée d'un filtre jetable anti-odeur l'année suivante. La

3 - La marque Cocotte Minute a été déposée le 17 février 1948 par Simon Musca et Roland Devedjian (le père de l'ancien ministre Patrick Devedjian), qui inventèrent un autocuiseur en fonte et à fermeture à baïonnette. En faillite, elle sera vendue le 15 novembre 1958 à la Société de fourniture industrielle (SFI), fabricant d'outillages de presse et de fonderie. Elle commercialisera des autocuiseurs à la marque Cocotte Minute jusqu'au 15 décembre 1965, date à laquelle son gérant, Constantin Victor François, la vend à Seb. Signe de son succès, la marque Cocotte-Minute s'est aujourd'hui lexicalisée et bénéficie d'une entrée dans le dictionnaire Larousse.

Film «clipso, la cuisine vapeur», Jean Et Montmarin, 1998





La marque s'adapte à la taille des ménages, qui passe de quatre à deux personnes en moyenne, en proposant des produits plus petits.

friteuse devient Super Control en 1992, avec un témoin de la qualité d'huile indiquant la nécessité de renouveler celle-ci pour que les frites aient toujours bon goût. Elle devient cubique en 1995, se dote d'une cuve amovible, et est rebaptisée Universalis (Lintas) ; en 2000, Visialis est la friteuse qu'on nettoie en quelques secondes ; en 2001, Publicis nous vante les mérites d'Azura, qui ne se contente plus de filtrer les odeurs mais les détruit par catalyse, ce qui permettra à un enfant longtemps isolé dans la classe ou le bus de cesser de l'être ! En 2006, la marque intègre les tendances alimentaires de l'époque et développe Actifry, la première friteuse électrique capable de préparer un kilo de frites fraîches avec une seule cuillère d'huile grâce à une circulation d'air chaud. Puis, à l'heure de la connectivité, Actifry Smart XL est la première friteuse « intelligente », capable de faciliter la cuisine à distance grâce à une application connectée.

Seb, c'est... le roi du petit moteur

C'est pour faciliter la vie quotidienne des consommateurs et améliorer leur qualité de vie que Seb diversifie son offre

dès la fin des années 1950. La marque propose en 1959 la cafetière moka, cafetière à pression à l'italienne, « *La cafetière des amoureux du bon café* », intégrant le même principe de sécurité que la Super Cocotte. En 1960, la marque entre sur le marché du petit électroménager avec sa cafetière électrique. Une publicité de 1963 vante l'existence de deux modèles de cafetière, pression et électrique – aluminium ou acier inoxydable. Avec Moka Seb, « *le paquet de café dure deux fois plus longtemps pour un résultat deux fois plus savoureux* ». Pour renforcer sa présence sur le marché de l'équipement domestique, Seb acquiert en 1968 la Société française d'électroménager (SFEM), qui lui permet d'étendre son offre à des gammes d'appareils électriques : couteaux, moulins à café, ouvre-boîtes, mini-hachoir, aspirateurs, grills... La publicité se charge de le faire savoir, avec, en particulier, les frères Jacques présentant en 1970 la gamme « *Seb Seb Seb, les automatiques sont les rois du petit moteur* ». Le grille-pain tout automatique est lancé en 1973, le mini-hachoir en 1977, le presse-agrumes et un appareil à pop-corn en 1979, un purificateur d'eau en 1980,



Convenient, Vitasaveur et Actifry

un saucier et une ceinture chauffante en 1982, une brosse à dent, un appareil à mayonnaise et une éplucheuse en 1983, le Toast'n Grill en 1989...

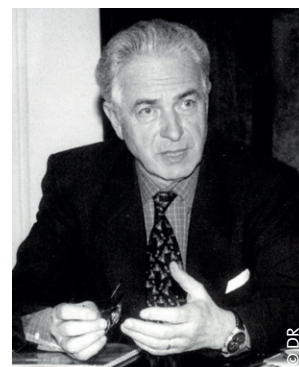
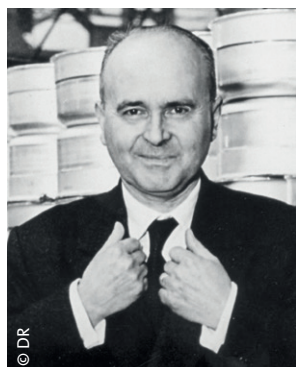
Face au retour du fait-maison, Seb propose une sorbetière électrique en 1972 (« *le secret des glaces maisons* ») et une yaourtière automatique en 1974 (« *huit yaourts maison pour trois fois rien* »). En 2010, Multi-Délices est la première yaourtière pour faire des yaourts, des faisselles et des desserts gourmands. Seb, c'est aussi le premier cuiseur vapeur électrique Vitasaveur, lancé en 1994. « *Cuisez frais et varié en préservant les vitamines avec Vitamines +, le cuiseur vapeur électrique qui cuit sans surveillance* », promet la marque en 2004 avec les mots de l'agence Publicis. Avec Vitacuisine Compact en 2018, Seb propose un cuiseur vapeur équipé de

trois enceintes de cuisson indépendantes. Seb, c'est également des robots, dont la publicité vante les qualités : multifonctions, silencieux, centrifugeurs... En 1999, le Rondo est le premier robot doté d'un bol en verre pour préparer, cuire et servir : Jean & Montmarin l'affirme : *Seb, nous inventons vous cuisinez*. Pour éviter de jeter les robots encombrants, Kaléo est le premier robot avec sa boîte en 2001 ! Les nombreuses acquisitions du groupe, dont Calor, Tefal, Moulinex... ont conduit à une délimitation de différents territoires et la marque Seb est aujourd'hui active sur cinq catégories (Cf. encadré). « *Reflet de la société, la marque Seb accompagne les consommateurs par ses contenus, qui assurent une bonne expérience avec les bons produits et les bons services, dont les recettes saines, souvent conçues avec les blogueuses et proposées dans les livres et applications. Aujourd'hui, on observe une parité homme-femme dans la cuisine* », précise Jean Naveau. La marque s'adapte à la taille des ménages, qui passe de quatre à deux personnes en moyenne, en proposant des produits plus petits. Si l'hypermarché demeure le lieu d'achat principal, Internet représente maintenant 25 % des ventes. « *Afin de privilégier la préférence de la catégorie, la marque est présente sur tous les carrefours d'audience en créant des vidéos qui passent sur les réseaux sociaux, YouTube, Instagram, Facebook, Amazon, pour apprendre à cuisiner, expliquer les bénéfices des produits.* » Faisant appel à des chefs cuisiniers, la marque accorde également une grande importance à sa présence sur des salons de la gastronomie...

Les cinq catégories Seb

- Friteuses : Actifry Genius XL et Family Pro
- Autocuiseurs : ClipsoMinut' Perfect (minuteur intégré), Clipso Minut Duo, Clipso Minut Duo Resist
- Desserts et boissons : tireuse à bière (Beertender), sorbetière (Gelato), yaourtière
- Cuisson four (four à chaleur tournante New Délice XL Elec) et vapeur (cuiseur vapeur Vitacuisine Compact)
- Préparation des aliments : hachoir (mini-hachoir Valentin), mixeur (Slim Force et sa technologie ActivFlow), batteur (batteur électrique Prep'Line) et robots multifonctions (Store Inn)

D'une société monomarque à un groupe mondial multimarque



Frédéric Lescure, Henri Lescure, Emmanuel Lescure et Jacques Gairard

Aux mains de la même famille depuis quatre générations, Seb, aujourd'hui premier fabricant mondial de petit électroménager, a été dirigé de 1976 à 1990 par Emmanuel Lescure, puis par Jacques Gairard – gendre d'Henri Lescure – de 1990 à 2000. Depuis 2000, c'est Thierry de La Tour d'Artaise – gendre d'Emmanuel Lescure – qui est aux commandes du groupe.

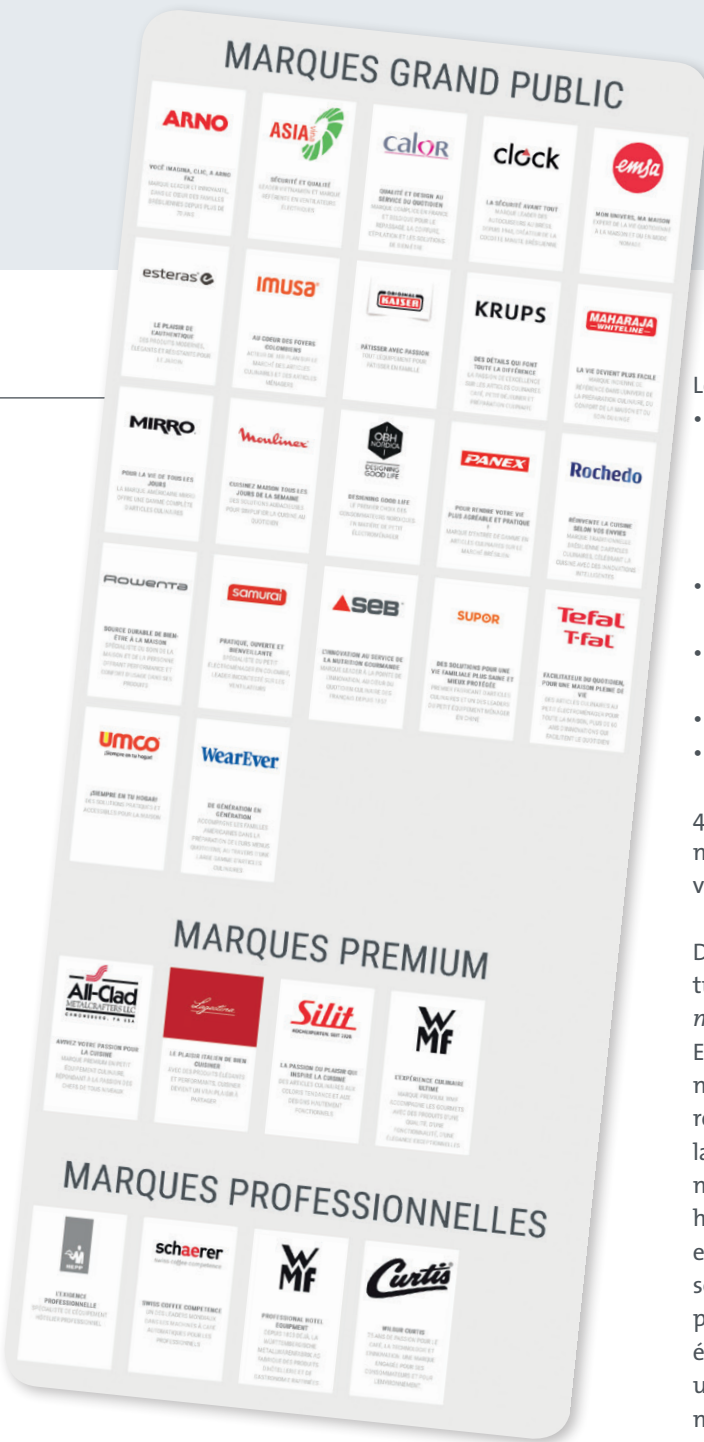
L'acquisition, en 1968, de la société Tefal ⁴ (articles culinaires antiadhésifs) symbolise l'entrée dans une nouvelle ère pour Seb, qui s'agrandit de manière significative. Entre ensuite dans son giron Calor ⁵ (fers à repasser, sèche-cheveux et radiateurs) et sa filiale allemande, en 1972. L'année suivante, Seb, devenu un véritable groupe, fait évoluer ses statuts avec la création de la holding Seb SA par Henri Lescure, – arrière-petit-fils du fondateur –, alors aux commandes. Le groupe est organisé autour de trois piliers : Seb, Calor et Tefal, cette dernière devenant la marque internationale du groupe. Emmanuel, neveu d'Henri et son successeur, réalisera l'entrée en bourse en 1975, la famille Lescure demeurant l'actionnaire de référence. Ecully, près de Lyon, accueillera le siège social l'année suivante. C'est dans les années 1980 que le groupe devient européen, avec l'acquisition de

Rowenta ⁶ (cafetières électriques, grille-pain et aspirateurs) et de ses huit filiales en 1988, et de l'activité ménage de Tournus en 1991. Durant les années 1990, le groupe s'implante en Amérique du Sud avec le Brésilien Arno en 1997, suivi de son équivalent colombien Samurai et du Vénézuélien Volmo en 1998. À la même époque, il développe ses activités en Europe de l'Est, en Russie et en Asie.

En 2001, alors en dépôt de bilan, Moulinex ⁷, le spécialiste du robot (le célèbre Robot Marie) est racheté ; dans la corbeille, la marque Krups, acquise par Moulinex en 1991. Le groupe étend son territoire avec l'acquisition, en 2004 et 2005, de deux marques premium – l'Américaine All-Clad (articles culinaires haut de gamme) et l'Italienne Lagostini (leader italien des articles culinaires en inox) – et du Brésilien Panex (leader des articles culinaires). En 2006, c'est au tour de la société américaine Mirro WearEver d'intégrer le giron du groupe, qui entre en 2007 au capital du leader chinois du matériel de cuisine,

Supor, devenant majoritaire avec 51 % des parts. C'est la première fois qu'une société étrangère prend le contrôle d'une société chinoise cotée. Seb entre dans l'univers des marques de café professionnelles avec l'acquisition de WMF en 2016, puis de l'intégralité des activités de Wilbur





Le portefeuille du groupe se compose aujourd'hui :

- de marques grand public : Arno, Asia Vina, Calor, Clock, Emsa, Esteras, Imusa, Original Kaiser, Krups, Maharaja Whiteline, Mirro, Moulinex, OBH Nordica, Panex, Rochedo, Rowenta, Samurai, Seb, Supor, Tefal, Umco, WearEver ;
- de marques à vocation mondiale : Moulinex, Tefal, Rowenta, Krups, Lagostina et All-Clad ;
- de marques à vocation locale : Seb et Calor pour la France et la Belgique ;
- de marques premium : All-Clad, Lagostina, Silit, WMF ;
- de marques professionnelles : Hepp, Schaerer, WMF, Wilbur Curtis.

40 sites industriels, 33 000 collaborateurs, plus de 350 millions de produits vendus tous les ans, 12 produits vendus chaque seconde dans le monde.

Dans sa troisième étude, publiée en janvier 2019 et intitulée *Entreprises et droits de l'homme : les risques de la négligence*, l'agence de notation extra-financière Vigeo Eiris décrypte l'engagement de sociétés dans le monde en matière de respect des droits humains fondamentaux : respect des droits syndicaux, de la vie privée et du droit de la propriété, lutte contre le travail des enfants, non-discrimination... D'après cette étude, la question des droits humains reste très mal appréhendée par les grandes entreprises au niveau mondial. Cependant, le groupe SEB se démarque et apparaît dans le 1 % des entreprises les plus performantes au niveau des droits humains. Cette étude, parue à l'occasion des 70 ans de la Déclaration universelle des droits de l'homme, porte sur les performances d'entreprises de 60 pays et 38 secteurs différents, d'avril 2016 à octobre 2018. Avec un score de 74 sur 100, le groupe SEB obtient donc une note largement supérieure à la moyenne générale et fait preuve d'engagements tangibles au niveau des droits humains.

4 - Saga Tefal, La Revue des marques n° 99.

5 - En août 1913, deux Lyonnais, François Bagneux et Gaston Duveau, déposent le brevet d'un fer à repasser doté d'une poignée de bois qui facilite et améliore le repassage. En 1917, la société Calor (« chaleur » en latin) est créée pour le commercialiser.

6 - En 1909, l'Allemand Robert Weintraud (1860-1928) fonde la Weintraud & Co GmbH, pour commercialiser des accessoires d'écriture et de toilette sous la marque Rowenta (Robert WEINTRAUB) avant de se tourner vers le petit électroménager.

7 - On doit à Jean Mantelet (1900-1991) beaucoup d'innovations, dont le premier presse-purée à lame unique en 1932, le moulin à café électrique en 1956... Son slogan restera dans les mémoires : Moulinex libère la femme (abrégié en MLF).

Curtis, le numéro deux américain du café filtre professionnel. Grâce à un portefeuille de marques à fort potentiel, le groupe peut ainsi répondre aux demandes diverses des consommateurs du monde entier.

Parallèlement, le groupe SEB s'implante à l'international : en Angleterre, au Japon et aux États-Unis en 1972 ; de 1991 à 1993 au Portugal, en Pologne, en République tchèque, en Slovaquie, en Hongrie, en Turquie et au Canada ; suivis de la Russie, des Émirats arabes unis, du Brésil, et de l'Argentine entre 1994 et 1996 ; de l'Australie et de la Corée du Sud en 1997 et 1998 ; de la Thaïlande et de la Malaisie en 2003 et 2004.



Nos autocuiseurs sont éco-responsables
UNE PERFORMANCE DURABLE



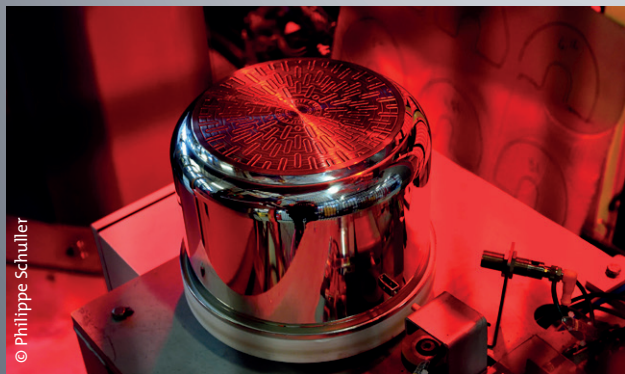



* Pour les autocuiseurs fabriqués en France/ ** Par rapport à un faitout Tefal



Seb, c'est... responsable

« Seb tient compte également des considérations environnementales et sociales. Elle promeut ainsi le made in France aussi bien en France que dans le monde, avec ses trois usines situées à Selongey, Lourdes et Is-sur-Tille. La marque propose des cocottes composées à 60 % d'inox recyclé, et recyclables à 80 % – voire 90 % – avec certains packagings 100 % recyclables. Nos produits sont durables, car ils permettent d'économiser 50 % d'énergie et durent 10, 20 ans ou plus ⁸. » Seb multiplie les services basés sur une notion d'usage plus que de possession. Comme l'opération « Eurêcook ! », lancée en ligne et dans cinq magasins Monoprix, qui propose depuis octobre 2018, en partenariat avec le réseau d'insertion par l'activité économique Envie, la location d'appareils ménagers (dont les friteuses Actifry et Beetender Seb, Tefal et Moulinex). Ce partenariat repose sur une logique d'économie circulaire, solidaire, durable, responsable, alliant plaisir, gain de temps et de place. Il permet aussi de tester avant d'acheter. Cela répond à une tendance sociétale forte, celle d'une consommation responsable, collaborative, de partage, qui permet de rendre facile et accessible le



Usine de Selongey

Eurêcook ! repose sur une logique d'économie circulaire, solidaire, durable, responsable, alliant plaisir, gain de temps et de place. Il permet aussi de tester avant d'acheter.

fait-maison. Depuis 2016, Seb a mis en place, pour l'ensemble de ses marques, dans tous les pays, une garantie de « réparabilité » de 10 ans ⁹. Le groupe s'engage à conserver pendant 10 ans en moyenne après l'achat toutes les pièces détachées techniques de la quasi totalité de ses produits. Ceux-ci doivent être plus facilement démontables et remontables. L'entreprise s'engage à lutter contre l'obsolescence technique et le gaspillage qui en découle. Un véritable écosystème a vu le jour, avec un réseau de plus de 6 500 réparateurs agréés qui peuvent imprimer en 3D, à la demande, les pièces nécessaires. Un retour aux origines, quand le fondateur répareit ? ■

8 - Depuis 2004, le groupe s'est doté d'une direction du développement durable. Il est signataire des trois grands textes qui réglementent le développement durable au plan national ou international : le Global Compact, pacte mondial de l'ONU qui garantit le respect de 10 principes fondamentaux touchant aux droits de l'homme, aux droits du travail, à la protection de l'environnement et à la lutte contre la corruption ; le code de conduite du Comité européen des constructeurs d'équipement domestique (CECED) ; la charte de la diversité en France, qui vise à lutter contre les discriminations de toute nature.

9 - Pour cette garantie, Seb a reçu le prix « Gestion des déchets et fin de vie des produits » lors du Grand Prix de l'Essec en 2017. Le groupe a également reçu le Grand Prix consommation responsable de l'Essec en 2015 pour son application digitale Mon Actifry, lancée en 2012.