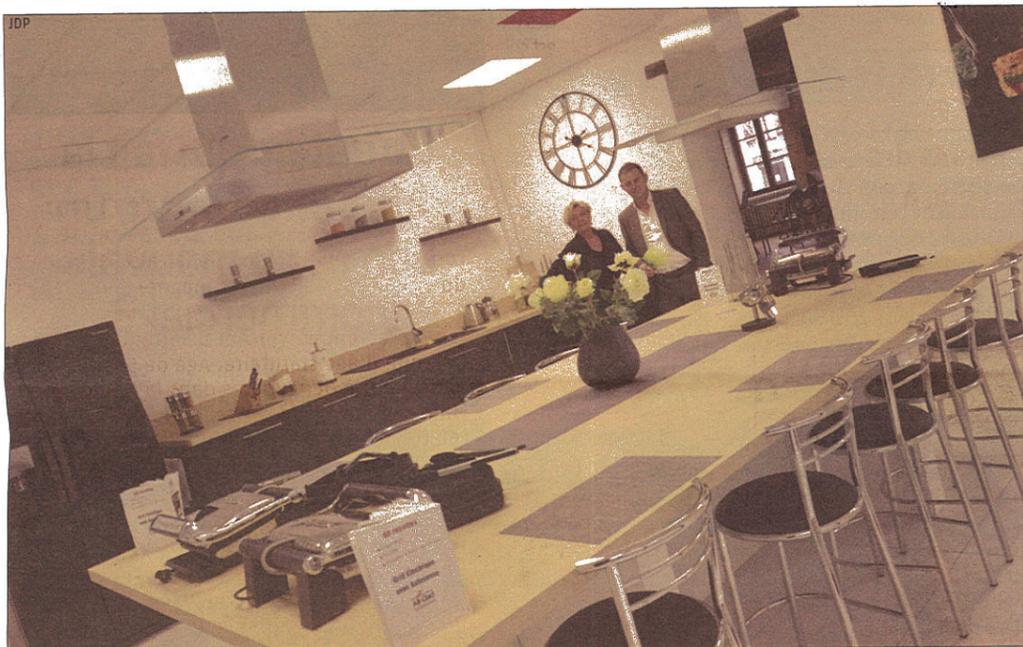


# ENTREPRISES

## À Selongey, SEB lie patrimoine et nouveau marché

**Développement commercial.** Le groupe SEB a décidé d'explorer un nouveau marché, complémentaire : la vente à domicile. Pour cela, il s'appuie sur une de ses marques (All-Clad) et met en place un réseau de centres de formation pour les vendeurs. Avec une dimension symbolique supplémentaire pour le centre ouvert à Selongey : il est installé dans la maison d'Antoine Lescure, fondateur de SEB.



Ci-dessus à gauche : Sandrine Vannet, directrice générale de la SAS SEB et Serge Step, de WMF Group, dans la cuisine installée au cœur de la maison Lescure à Selongey, et qui sert à former les vendeurs à l'organisation d'ateliers culinaires. À droite : la maison, acquise en 1840 par Antoine Lescure, fondateur de SEB, et qui abrite le centre All-Clad.

**Selongey**  
La bâtisse, au cœur de Selongey, porte à son fronton une plaque indiquant qu'elle a été acquise en 1840 par Antoine Lescure. Celui-ci, rétamateur ambulant né dans le Cantal est le fondateur de la marque SEB. Juste un peu plus bas sur la façade figure une autre plaque indiquant, celle-ci, la présence à cet endroit du centre All-Clad. Depuis janvier, c'est par cette structure que passent les personnes désireuses d'intégrer le réseau de vendeurs à domicile que SEB met en place dans le but de distribuer le grill de la marque américaine All-Clad, propriété du groupe depuis 2004.

La vente à domicile, c'est un nouveau marché, complémentaire, que le groupe SEB tente d'investir. Avec un chiffre d'affaires annuel en France de l'ordre de 5 milliards d'euros, dont près de 800 millions pour les appareils culinaires, cette (grosse) niche attise évidemment les appétits. Mais il fallait à SEB structurer une offre cohérente. Pour cela, le groupe français s'est appuyé sur ses ressources en interne, avec une marque (All-Clad) qu'il souhaitait relancer, et un positionnement haut de gamme. Il lui fallait aussi un savoir-faire de la vente à domicile et,

là encore, le groupe disposait d'un outil sur lequel s'appuyer : la marque allemande WMF acquise en 2016 et dont le siège de la filiale française est à Crissey, près de Chalon-sur-Saône, en Saône-et-Loire, depuis 1985.

« Inconstamment, précise Serge Step, de WMF, avec cette nouvelle marque, le groupe SEB a gagné en compétences dans le secteur un peu particulier de la vente à domicile. Par ce biais, il se rapproche aussi de ses consommateurs avec un produit unique, qu'on ne peut trouver que par ce circuit de distribution. On compte environ 600.000 vendeurs à domicile en France, c'est un secteur très actif ».

### TROIS CENTRES PILOTES

Une marque, une volonté, un savoir-faire : ne restait plus qu'à recruter et former les vendeurs. C'est le rôle dévolu au centre All-Clad de Selongey mais pas à lui seul, car SEB a ouvert en parallèle deux autres centres, qui forment l'embryon d'un réseau appelé à se développer partout en France, et même en Europe. Ces deux centres sont, l'un, à Crissey et l'autre à Rumilly, en Haute-Savoie, près d'Annecy. « Nous avons monté ces centres, poursuit Serge Step, dans le but de créer un maximum de proximité entre la marque et le réseau de vendeurs. C'est une condition

de la réussite dans la vente à domicile. Dans nos centres, on forme, mais on procède également aux entretiens de recrutement au cours desquels on explique aux candidats ce qu'est la vente à domicile, quel est le statut professionnel qui s'y rattache, quel est le produit... Nous avons aussi chaque lundi des réunions plénières qui permettent de faire le point sur les objectifs et les résultats commerciaux du centre, et de planifier l'activité des vendeurs ». Les grills All-Clad sont vendus par le biais d'ateliers culinaires organisés par les vendeurs, gratuitement et à domicile.

Le centre de Selongey, pour lequel SEB a investi 100.000 euros en matière d'aménagement, comporte une cuisine permettant de former les vendeurs dans les conditions les plus proches de la réalité. Dans la lignée des choix fait par SEB ces dernières années, le produit est aussi accompagné d'un ensemble de propositions culinaires rassemblées dans un livre créé par un ancien chef étoilé et un blogueur culinaires.

### « UN MODE DE DISTRIBUTION QUI A DU SENS »

À ce jour, le centre de Selongey compte dix-sept vendeurs (qui sont

d'ailleurs surtout des vendeuses) et l'objectif est d'en recruter un total de quatre-vingt sur l'année. « L'objectif final, rappelle Serge Step, c'est de compter cent cinquante personnes par centre d'ici trois ans ».

Le groupe SEB se fixe également pour but d'installer une trentaine de centres de ce type partout en France, en quatre ou cinq ans. L'entreprise se donne les moyens de ses ambitions pour attaquer un marché prometteur destiné à compléter les autres modes de distribution déjà bien éprouvés par les marques du groupe. « La vente à domicile, précise Sandrine Vannet,

directrice générale de la SAS SEB, nous intéresse parce qu'elle a du sens sur nos produits haut de gamme, avec une vraie valeur ajoutée à décrire. Nous capitalisons sur l'expérience accumulée par WMF pour ajouter une corde à notre panoplie de distribution ».

BERTY ROBERT

◆ Le centre All-Clad de Selongey recherche toujours des candidats à la vente à domicile. Si vous êtes intéressé, contactez Nelly Gorczyca, responsable du centre, au 06 13 05 57 48.



Un seul produit de la marque All-Clad est, pour l'instant, proposé dans le cadre de la vente à domicile : ce grill électrique.