

Avec All-Clad, le Groupe SEB se lance dans la vente à domicile

Le Groupe SEB a présenté, lundi matin, à Selongey, un nouveau gril multifonctions nommé All-Clad. Un produit uniquement distribué par le biais de la vente à domicile. Un marché porteur sur lequel la société bourguignonne souhaite se positionner.

Lancé en janvier dernier, le Auto-sense All-Clad est l'un des derniers bébés de la filiale américaine du Groupe SEB, All-Clad. Pourtant, ce gril électrique multifonctions reste encore confidentiel, puisqu'il est uniquement commercialisé sur le modèle de la vente à domicile. Vendu 299 € pièce, l'objet dispose, selon l'entreprise cote-d'orientienne, d'une « technologie qui lui permet de détecter la quantité et l'épaisseur des aliments, d'ajuster leur temps de cuisson en fonction et ainsi d'obtenir une cuisson parfaite, adaptée au goût de chacun ».

Deux centres pilotes à Selongey et Chalon-sur-Saône

Hier matin, dans les locaux de SEB, médias et élus ont donc eu droit à une démonstration de cuisine avec le fameux appareil. Au menu : pizza, brochettes et moelleux au chocolat. Mais surtout, le P-dg du Groupe SEB, Thierry de la Tour d'Artaise, était venu détailler les raisons pour lesquelles la firme a décidé de se lancer dans le créneau de la vente à domicile. Un secteur visiblement en plein développement. « Pourquoi la vente à domici-



■ Le gril Autosense All-Clad a été présenté hier à Selongey, en présence de la députée Yolaine de Courson (LREM), du sénateur Alain Houpert (LR) et du président du conseil départemental François Sauvadet (UDI). Photo Ph. BRUCHOT

“ C’est ici, à Selongey, que nous avons eu l’idée de faire un marché test et de recruter pour vendre à domicile un produit exclusif. ”

Thierry de la Tour d'Artaise, P-dg du Groupe SEB

le ? Parce que le Groupe SEB se doit d'y être. C'est le troisième canal de distribution en France, où il représente un chiffre d'affaires de près de 5 milliards d'euros, en 2017. Et entre 150 et 200 milliards d'euros sur le marché mondial, dont environ 900 millions d'euros sur nos univers de produits. [...] Si l'activité n'est pas principale pour

le Groupe SEB, le potentiel est réel. Cela fait partie intégrante d'une stratégie "omnicanales" de plus en plus développée par les entreprises. »

En matière d'emploi, là aussi, la vente à domicile serait porteuse d'espoirs pour l'avenir. En France, plus de 31 000 emplois directs ont été créés dans ce secteur, en 2016,

et quelque 63 000 emplois indirects. Pour distribuer son cuiseur, SEB s'appuie, depuis dix mois, sur un réseau d'une soixantaine de vendeuses à domicile. Uniquement des femmes, réparties sur deux centres pilotes, à Selongey et Chalon-sur-Saône. Où la marque propose également des ateliers culinaires à ses clients.

Si l'expérience s'avère concluante, le concept sera ensuite étendu à l'ensemble du territoire français. Sachant qu'un deuxième produit SEB, lui aussi exclusif à la vente à domicile, viendra rejoindre le gril All-Clad au catalogue, dès 2019.

Bertrand LHOTE