

CÔTE-D'OR ENTREPRISE

Pourquoi le cours de l'action SEB n'arrête pas de grimper

Mercredi, le groupe SEB a annoncé son acquisition de Wilbur Curtis, n°2 américain des machines à café professionnelles. Un marché en pleine expansion dont les ventes représentent 90 millions de dollars par an. Le cours de l'action s'est envolé.

En 2016, il avait déjà mis son grain dans l'univers du café en rachetant le n°1 mondial des machines professionnelles, l'allemand WMF, pour 1,6 milliard d'euros. Le groupe SEB se ressert une tasse en mettant la main sur l'américain Wilbur Curtis, le numéro 2 aux USA des machines à filtres, toujours dédiées aux professionnels.

L'annonce a été faite mercredi et l'opération financière sera validée fin février. Un investissement stratégique salué pour SEB qui a vu le cours de son action gonfler de 16 %, la passant à 127,90 € vendredi soir.

Encore de la marge aux USA

« Fondée en 1941, Wilbur Curtis produit et commercialise des équiper-



■ En 2016, Seb avait mis un pied dans l'univers de l'équipement professionnel de café. Aujourd'hui, il en a deux. Photo PHILIPPE BRUCHOT

pements de préparation de boissons chaudes et froides, principalement des machines à café filtre et à

cappuccino. Ses investissements soutenus, notamment en matière d'innovation, lui permettent de

proposer une offre parmi les plus avancées du marché, et de toute première qualité », se félicite le groupe. Il rappelle que les ventes de Curtis, en croissance régulière, s'élèvent « à plus de 90 millions de dollars » par an et sont réalisées « majoritairement aux États-Unis ».

Les principaux clients de la marque sont des torréfacteurs, diverses enseignes de *coffee shop*, magasins de proximité, chaînes de restauration rapide, hôtels et restaurants. Son site industriel, quant à lui, emploie 300 personnes à Montebello, en Californie.

Pour mémoire, le groupe SEB est bien implanté outre atlantique. Il réalise, là-bas, un chiffre d'affaires de 946 M€ et emploie 3 405 collaborateurs, au travers des marques d'électroménager Mirro, WaerE-Ver, All-Clad et, désormais, Wilbur Curtis.

Toutefois, le groupe a encore des parts à prendre en Amérique du Nord : ses ventes, sur ce secteur, ne représentent que 11 % des 6,5 milliards d'euros de résultat du groupe, encore loin derrière l'Europe occidentale, qui concentre 37 % des clients et la Chine, 23 %.

Marie MORLOT