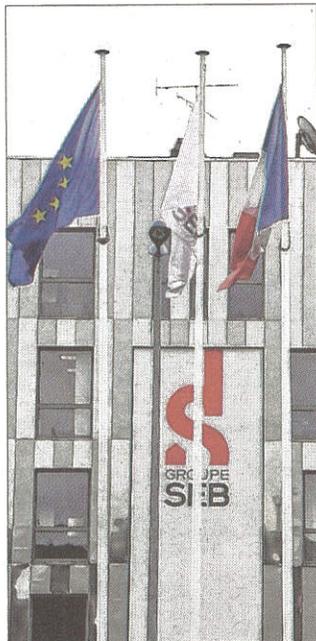


Année 2018 robuste pour SEB

Activité soutenue et bénéfique en hausse pour SEB en 2018, malgré un contexte économique mondial pavé d'incertitudes. La vente en ligne devient déterminante et l'option de proposer des produits réparables s'avère payante.

Poêle, casserole, fer à vapeur, cafetière, aspirateur, blender, autocuiseur... En 2018, SEB a vendu un ustensile ou un appareil toutes les huit secondes dans le monde. Mais pour la première fois, le commerce en ligne a permis au groupe, fondé à Selongey et qui a son siège à Écully, dans le Rhône, de réaliser un quart du chiffre d'affaires. En 2015, cette proportion ne dépassait pas encore 15 %. En Chine, devenue le premier marché du groupe d'articles culinaires et d'électronique culinaire (23 % des ventes), l'achat en ligne atteint même 40 % du marché des particuliers.

« La transformation digitale du groupe permet d'accompagner ce mouvement commercial, puisque SEB compte dans sa gamme pas moins de 18 appareils connectés et enregistre 60 millions de



Le groupe a été fondé à Selongey.

Photo archives LBP/Philippe BRUCHOT

visites sur les différents sites du groupe. Nous avons aussi lancé la première communauté Facebook de marque La Cake Factory sur laquelle se déroulent quatre conversations par minute », a expliqué le P-dg, Thierry de La Tour

d'Artaise, en présentant, jeudi, à Paris, les résultats annuels.

SEB dégage un résultat net de 419 M€, en progression de 11,8 %, et enregistre une hausse de 7,8 % de son chiffre d'affaires, malgré un environnement compliqué (euro fort, conflits commerciaux, pays émergents en butte à des difficultés). Les perspectives pour 2019 s'annoncent favorables.

97 % de produits réparables

Tout en restant solidement ancré au réseau classique de distribution, SEB a donc pris le virage numérique sur toutes ses marques. Aussi, l'activité est en croissance sur tous les produits et sur la plupart des marchés. En Asie (+ 18 %, dont + 9 % au Japon) et en Europe de l'Est (+ 30 % en Pologne), le groupe enregistre même des hausses de ventes à deux chiffres.

Deux déceptions : le marché américain, où SEB a souffert des restructurations en cours dans les chaînes de grands magasins, et... la France, qui fait exception dans

l'Union européenne, avec une baisse de 3 %. « Le marché national a été atone et, sur le dernier trimestre, on constate un effet exceptionnel "gilets jaunes" », explique le nouveau directeur délégué, Stanislas de Gramont. Il souligne, cependant, le bond de 35 % des ventes de cafetières expresso automatiques dans l'Hexagone.

Au rayon mondial des produits, les défroisseurs (+ 28 %), les aspirateurs (+ 27 %) et les mugs isothermes (+ 42 %), conçus et "designés" dans les différentes unités du groupe, ont séduit les foyers.

Thierry de La Tour d'Artaise insiste sur la capacité d'innovation des équipes, mais aussi sur l'économie circulaire : 97 % des produits SEB sont réparables et pas moins de six millions de pièces sont stockées à Faucogney-et-la-Mer, en Haute-Saône, pour toute l'Europe. « La réparabilité est un engagement fort, qui mobilise 6 200 professionnels dans le monde. En cinq ans, nous avons augmenté de 40 % le volume des produits réparés. Cela fait partie de la crédibilité et de l'image de SEB », conclut le P-dg.