

# SEB

Dynamique du groupe et de ses activités  
Environnement concurrentiel  
Perspectives stratégiques

**XE**  
**RFI**

Classic

Principaux contributeurs

**Julien Girard**  
**Anne Césard**

Directeur de la publication

Laurent Faibis

Date de publication

Août 2020

Code étude

**20ENT02**

Site

[www.xerfi.com](http://www.xerfi.com)

e-mail

[etudes@xerfi.fr](mailto:etudes@xerfi.fr)

Adresse

13-15 rue de Calais  
75009 Paris

Téléphone

01 53 21 81 51



## 1.1. VUE D'ENSEMBLE

### La fiche d'identité du groupe

Fondé en 1857 à Selongey (21), le groupe familial SEB (Société d'emboutissage de Bourgogne) est le leader mondial du petit équipement domestique (petit électroménager et articles culinaires). Il s'est en partie développé par une politique de croissance externe en France et en Europe, et plus récemment dans les marchés émergents (Amérique du Sud et Asie). Présent commercialement dans près de 150 pays, le groupe détient également 1350 magasins sous enseigne propre dans le monde entier.

#### Présentation du groupe

Raison sociale	SEB
Directeur Général	Thierry de la Tour d'Artaise
Activités principales	Fabrication et distribution de petit électroménager et d'articles culinaires
CA consolidé au 31/12/2019	7 354 millions d'euros
Effectifs au 31/12/2019	33 293 personnes
Site internet	www.groupeSEB.com

Source : SEB

#### Historique de la constitution du groupe

Dates	Événements
1857	Création de la société Antoine Lescure à Selongey (21)
1944	L'entreprise familiale prend le nom de SEB (Société d'Emboutissage de Bourgogne)
1953-1967	Lancement de la cocotte-minute et diversification dans le petit électroménager (cafetières, friteuses, etc.)
1968-1972	Premières grandes acquisitions à l'échelle nationale (Calor, SFEM, Tefal, Vogalu)
1975-1976	Introduction en Bourse et installation du siège social à Ecully (69)
1988	Rachat de l'Allemand Rowenta (aspirateurs, fers à repasser, etc.)
1991-1996	Recentrage sur le petit électroménager et les articles culinaires. Création de filiales commerciales dans les pays émergents (Europe Centrale, Amérique du Sud et Asie)
1997-2006	Poursuite des opérations de croissance externe en France (Moulinex-Krups), en Italie (Lagostina), aux Etats-Unis (All-Clad, Mirro WearEver) et en Amérique du Sud (Arno, Panex, Volmo)
2007-2013	- Prise de contrôle du Chinois Supor (n°1 du petit équipement domestique sur son marché national), du Vietnamien Asia Fan (ventilateurs) et de l'Indien Maharaja Whiteline (petit électroménager) - Acquisition du Colombien Imusa (articles culinaires), du Canadien Coranco et création d'une joint-venture en Egypte avec Zahran
2014	Finalisation de l'acquisition de l'Indien Maharaja Whiteline (petit électroménager) et du vietnamien Asia Fan (ventilateurs)
2015	Acquisition d'OBH Nordica, spécialiste suédois du petit-électroménager
2016	Rachats de la société EMSA (articles culinaires) et du groupe allemand WMF (petit électroménager et articles culinaires).
2019	Rachat de l'Américain Wilbur Curtis (machines à café à filtre professionnelles) et du Français Krampouz (crêpières, planchas et barbecues électriques).

Source : SEB

## 1.2. LA PRÉSENTATION DU GROUPE

### La répartition géographique de l'activité

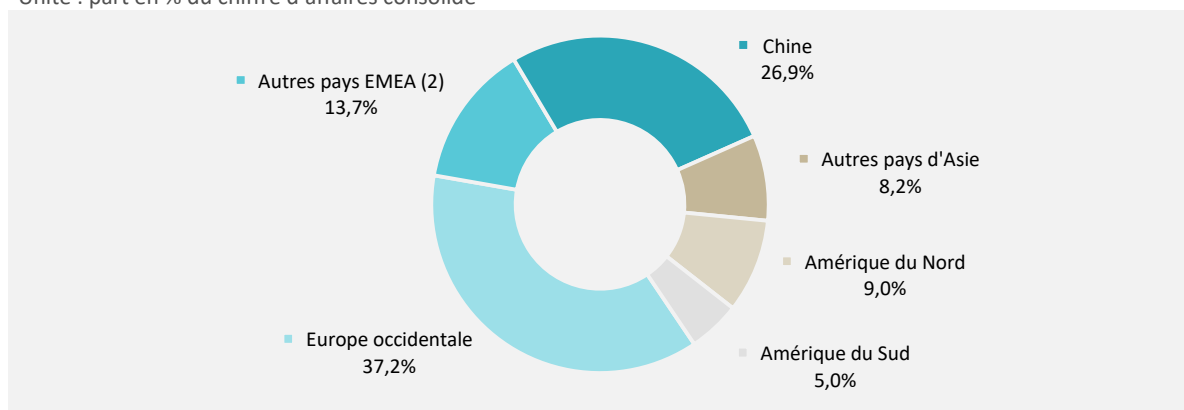
Marché historique, **l'Europe occidentale reste le premier marché du groupe SEB** en 2019 (37,2% du chiffre d'affaires consolidé). L'opérateur français y est fortement implanté et possède une position de leader sur plusieurs segments de produits grâce à ses marques phares (Krupps, Moulinex, SEB, Tefal, etc.) et au renouvellement régulier de son offre.

Grâce à un portefeuille de marques locales, spécialistes ou généralistes, **SEB a réalisé 35,1% de ses ventes en Asie en 2019**. La Chine tient une place essentielle dans la région et concentrait à elle-seule 26,9% des revenus du groupe en 2019. SEB y est notamment présent via sa marque Supor, spécialisée dans les articles culinaires et le petit équipement ménager.

Pour satisfaire les marchés où il est présent et gagner en réactivité, le groupe dispose de sites de production répartis dans le monde entier. Les produits fabriqués en Europe (27% de la production), orientés vers le haut de gamme, se caractérisent par des barrières technologiques relativement importantes et se destinent principalement aux marchés matures. A contrario, la production du groupe dans les pays émergents est principalement orientée vers les économies à fort taux de croissance où se développe une nouvelle classe moyenne (Chine, Vietnam, Brésil, Colombie, Russie). Enfin, le fabricant français a sous-traité un peu plus d'un tiers de sa production en 2019.

#### Le chiffre d'affaires du groupe SEB par zone géographique (1)

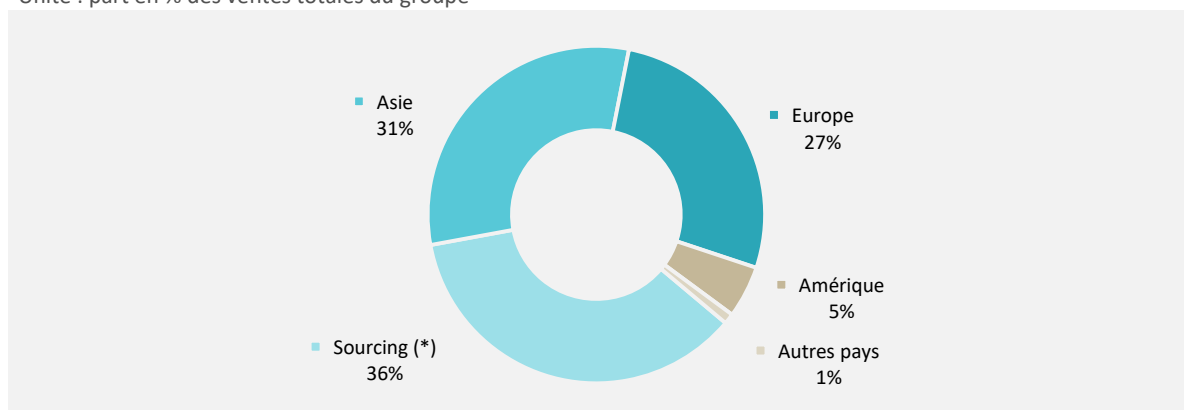
Unité : part en % du chiffre d'affaires consolidé



(1) Marché Grand Public, hors professionnels / (2) Europe, Moyen-Orient et Afrique  
Traitement Xerfi / Source : SEB, données 2019

#### Production du groupe SEB par zone géographique

Unité : part en % des ventes totales du groupe



(\*) Production externalisée / Traitement Xerfi / Source : SEB, données 2019

## 1.6. L'ENVIRONNEMENT CONCURRENTIEL

### Les principaux concurrents par segment d'activité

#### Principaux concurrents de SEB sur le segment de la cuisson électrique

Groupe	Nationalité	Marché	Marque	Produit
<b>Fagor</b>	Espagne	Europe	<i>Fagor, Brandt, Vedette, De Dietrich</i>	Friteuses, grille-pain, grille de table, machines à pain
<b>Hamilton Beach</b>	États-Unis	Amérique	<i>Hamilton Beach</i>	Autocuiseurs électriques, grille-pain
<b>Magimix</b>	France	Europe	<i>Magimix</i>	Autocuiseurs électriques, friteuses, grille-pain
<b>Panasonic</b>	Japon	Asie	<i>Panasonic</i>	Grille-pain, machines à pain, four micro-ondes
<b>Philips</b>	Pays-Bas	Monde	<i>Philips</i>	Friteuses, grille-pain, friteuse, grille-pain, cuiseur vapeur, gril, etc.
<b>Spectrum Brands</b>	États-Unis	Amérique et Europe	<i>Russell Hobbs, George Foreman, Toastmaster</i>	Appareils conviviaux, grille-pain
<b>Vorwerk</b>	Allemagne	Monde	<i>Thermomix</i>	Robot cuiseur

Liste non exhaustive / Source : Xerfi

#### Principaux concurrents de SEB sur le segment de la préparation des aliments et des boissons

Groupe	Nationalité	Marché	Marque	Produit
<b>Conair</b>	États-Unis	Monde	<i>Cuisinart</i>	Bouilloires, cafetières, presse-agrumes, robots, yaourtières
<b>De'Longhi</b>	Italie	Monde	<i>De'Longhi, Braun (*), Kenwood, Ariete</i>	Bouilloires, cafetières, machines à expresso, robots
<b>Fagor</b>	Espagne	Europe	<i>Fagor, Brandt</i>	Cafetières, machines à expresso, mixeurs, tireuses à bières
<b>Jarden</b>	Etats-Unis	Amérique	<i>Mr Coffee, Oster</i>	Cafetières, machines à expresso, robots
<b>Jura</b>	Suisse	Europe	<i>Jura</i>	Machines à expresso
<b>Magimix</b>	France	Europe	<i>Magimix</i>	Bouilloires, cafetières, hachoirs, presse-agrumes
<b>Philips</b>	Pays-Bas	Monde	<i>Philips, Saeco, Senseo</i>	Bouilloires, cafetières, machines à expresso, robots, presse-agrumes

(\*) Licence pour les équipements culinaires électriques / Liste non exhaustive / Source : Xerfi

## 2.1. L'ANALYSE DE L'ENVIRONNEMENT

### Le marché du petit électroménager en France

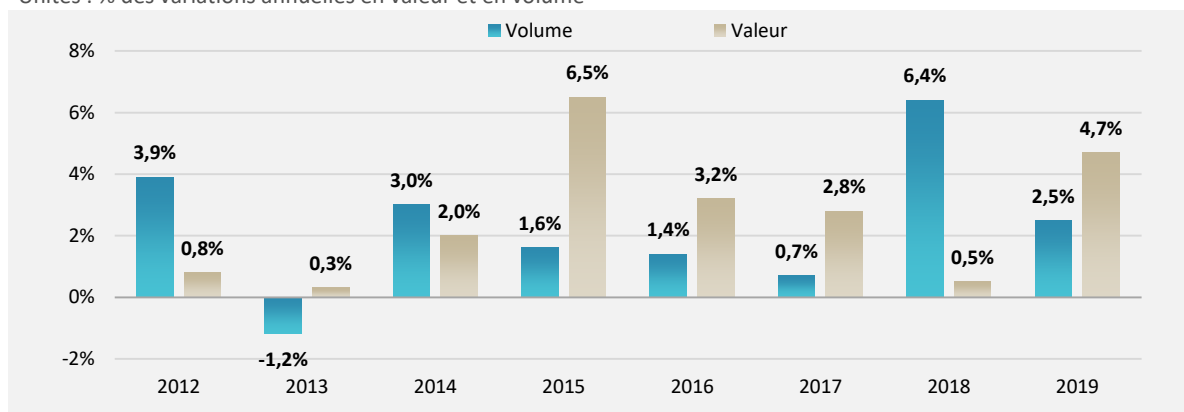
Avec 54,2 millions d'appareils vendus en France en 2019 et un **chiffre d'affaires global estimé à 3,4 Md€**, le secteur du petit électroménager a affiché une croissance de 4,7% en valeur et de 2,5% en volume.

Confirmant les tendances de ces dernières années, les appareils d'**entretien des sols**, qui représente environ un quart du marché en valeur, ont vu leurs ventes progresser de 6,1%, avec une forte croissance des ventes d'aspirateurs robots, d'aspirateurs balais et des nettoyeurs vapeur. Le segment du **petit-déjeuner** (15% du marché en valeur) a affiché une croissance de 8,3% avec notamment un fort succès des machines à café avec broyeur. Le segment **beauté/bien-être** (17% du marché) a retrouvé une belle dynamique en 2019 après une année 2018 difficile. Les ventes ont été portées par les appareils de coiffure modelante et les rasoirs électriques masculins.

Dans ce contexte favorable, seules deux familles de produits sont en retrait en 2019 : le **soin du linge**, avec notamment un recul des ventes de fers à repasser, et la **préparation culinaire**.

#### Ventes totales d'appareils de petit électroménager en France

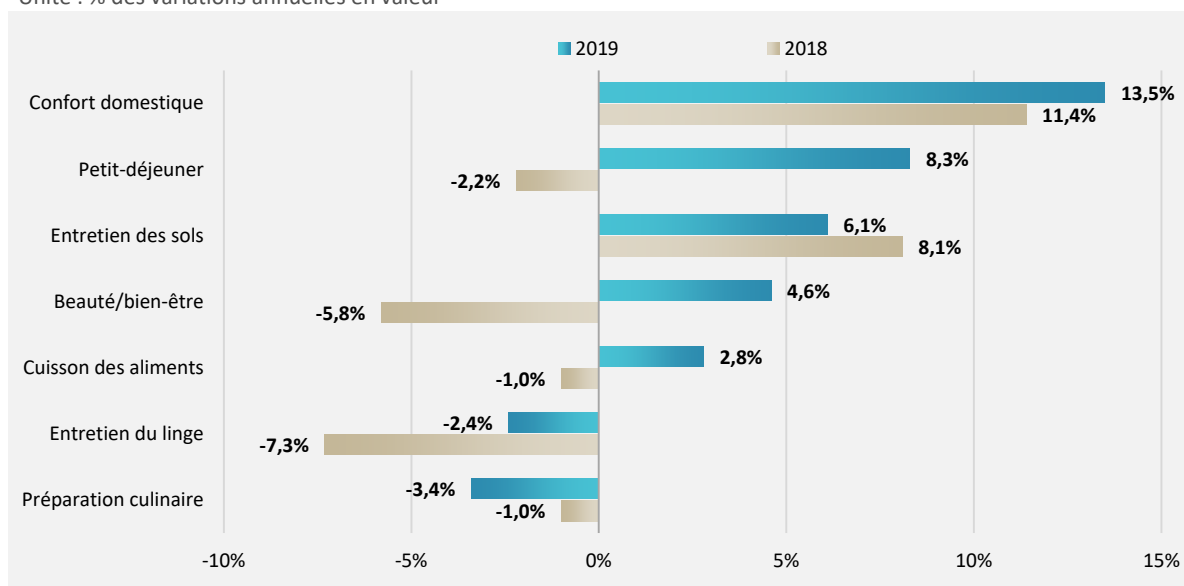
Unités : % des variations annuelles en valeur et en volume



Traitement Xerfi / Source : Gifam

#### Évolution des ventes de petits appareils électroménagers en France par segment

Unité : % des variations annuelles en valeur



Source : Gifam, données 2019