



Définition d'un service de collecte d'articles culinaires appliqués aux marchés Haut de Gamme et Masse.



Entreprise : **Groupe SEB**
Période : **2012 - 2013**
Tuteur entreprise :
Lieu : **Ile-de-France & USA**

Le Groupe SEB est le leader mondial du petit équipement domestique avec un portefeuille de marques locales et internationales telles que TEFEAL – KRUPS – MOULINEX – ROWENTA – ALL-CLAD – LAGOSTINA ... La Business Unit Cookware représente 1/3 des ventes du Groupe, avec une présence internationale et une position de leader sur tous les continents. Les marques All Clad et Lagostina sont les deux marques Haut de Gamme du Groupe SEB et ont vocation à devenir internationales même si leurs origines sont soit Américaine pour All Clad et Italienne pour Lagostina. Elles ont des Business models différents de ceux pratiqués par le groupe SEB aujourd'hui et ont des ambitions légitimes et attendues des consommateurs et distributeurs sur un niveau de service à la hauteur des positionnements qualité et prix des offres produits. La marque TEFAL, historiquement connue et reconnue pour ses articles culinaires anti-adhésifs repose aujourd'hui sur 3 piliers fondamentaux que sont le respect de l'environnement, des produits sains et durables et la cuisson saine. TEFAL a réalisé la première Analyse du cycle de Vie (ACV) d'un article culinaire et propose déjà une gamme aluminium recyclé (la gamme Natura).

Dans ce contexte, le Groupe SEB propose dans le cadre du Master PIC un projet qui s'articulera autour de la mise en place de deux applications :

1. Un service client de rénovation d'articles culinaires haut de gamme.
2. Un dispositif de collecte et de retraitement en vue de l'alimentation de filières de recyclage.

L'application 1 concerne plus particulièrement les marques **All-Clad** et **Lagostina** et la mise en place de ce service aux Etats-Unis, territoire de fabrication et de commercialisation de la majorité des produits All-Clad et en Italie, territoire de la marque Lagostina. Les gammes All Clad et Lagostina sont vendues avec une garantie longue durée et le revêtement anti-adhésif est à ce jour la première source de retour. Il y a aussi d'autres insatisfactions sur l'attachement des poignées, la dégradation de la surface inox, le tachage,... L'enjeu est donc d'offrir aux consommateurs un niveau de service élevé correspondant à ce niveau d'offre produits et de positionnement de marque..

L'ambition affichée :

- Proposer aux clients une remise à neuf de leurs produits (polissage, remplacement du revêtement anti-adhésif) pour prolonger la performance et l'esthétisme de leur produit.
- Proposer un service de personnalisation lors de l'achat (internet et distribution spécialisée)



Pour cette application, il s'agira essentiellement de :

- Définir et valider le modèle de service proposé : type de produit concerné.
- Définir et valider le modèle économique.
- Définir le schéma logistique et industriel.
- Etudier les incidences moyens industriels et logistiques mais aussi promotions commerciales et marketing.
- Mettre en place le service au niveau MKT/commercial /industriel.

Cette démarche se fera en collaboration avec les équipes américaines et nécessitera d'intervenir sur le site de Canonsburg (Pennsylvanie - USA).

L'application 2 concerne plus particulièrement la marque **TEFAL** et ses gammes de produits en aluminium revêtu pour lesquelles l'usage de matériaux recyclés, notamment aluminium recyclé, doit être étendu.

Les filières actuelles productrices d'alliages d'aluminium recyclé aux propriétés adaptées aux applications culinaires TEFAL étant limitées en capacité, il s'agira par le biais de la mise en place d'un dispositif de collecte et de retraitement d'augmenter significativement le volume de matériau recyclé utilisable par l'entreprise et de contribuer à développer l'image de leader écoresponsable de la marque TEFAL.

Pour cette application, il s'agira essentiellement de :

- Définir et valider au niveau européen le mode de collecte de produits usagés (impact économique et environnemental).
- Déterminer le volume potentiel récupéré en regard des pratiques de recyclages locales
- Etudier les incidences moyens industriels nécessaires au tri (niveau 1) et retraitement (niveau 2).
- Dresser le bilan économique et environnemental.
- Mettre en place la filière (collecte + niveau 1 + niveau 2) en développant les partenariats et la communication adaptés.