

# TEFAL



## Marché

Tefal est une marque leader dans le petit électroménager et leader mondial des articles ménager anti-adhésifs avec un palmarès impressionnant: numéro un des fers à repasser avec plus de 11 millions d'unités par an, numéro un des articles culinaires anti-adhésifs, numéro un des friteuses électriques, numéro un des cuiseurs à vapeur, numéro un des bouilloires électriques, numéro un des barbecues électriques.

Tefal est une des marques du Groupe Seb, à l'instar de Calor, Rowenta, Moulinex et Krups. Le Groupe français SEB est présent dans 120 pays et emploie près de 15.000 personnes à travers le monde pour un chiffre d'affaires de l'ordre de 2,34 milliards d'euros en 2003.

Au Maroc, Tefal occupe la seconde position sur la grille des chiffres d'affaires réalisés dans le petit électroménager, après seulement 6 ans d'existence. Avec un marché global pour le petit électroménager d'environ 70 millions de dirhams, Tefal en représente 18%. Pour ce qui est

du marché de l'anti-adhésif, il représente 16 millions de dirhams avec un score pour la marque Tefal de l'ordre de 70%. La distribution au Royaume a donc été confiée à deux grandes entreprises: Psychiney- MMA pour les produits ménagers et Discophone pour tout ce qui concerne l'électroménager.

Tefal existe dans tous les circuits de distribution: chez le traditionnel, chez les spécialistes et dans la grande distribution. Avec un réseau qui compte plus de 350 points de vente, Tefal est présente dans toutes les villes du Maroc.

## Faits marquants

Tefal est une marque qui existe au Maroc depuis plusieurs décennies, tout d'abord à travers la vente des articles de ménage comme la poêle anti-adhésive, puis en 1998, le groupe SEB a



décidé d'élargir la diffusion de la marque sur le territoire marocain, stratégique en termes d'implantation. C'est à partir de cette date que les premiers appareils électroménagers ont fleuri sur les rayonnages marocains.

Les premières gammes ont tout de suite imposé leur leadership. Ce fut le cas pour la bouilloire électrique ou le barbecue électrique. Aujourd'hui, Tefal couvre quasiment toutes les familles de

produits, du mixer au four, en passant par l'ouvre-boîte ou le tajine électrique.

L'offre d'articles culinaire s'est également étoffée avec la distribution de nouveaux produits répondant aux besoins des plus exigeants des consommateurs. L'objectif de la marque est clair: devenir la première marque du pays dans sa catégorie.

## Histoire

L'histoire de Tefal commence en 1954, date à laquelle un ingénieur français de 48 ans, Marc Grégoire, invente un procédé d'accroche du PTFE (PolyTetraFluorÉthylène) sur de l'aluminium, réalisant ainsi la première poêle anti-adhésive au monde.

En 1956, la société Tefal est créée à Sarcelle dans le Val d'Oise en France, qui produit 100 poêles par jour. Il a fallu l'intervention du hasard pour voir décoller les ventes de l'anti-adhésif: en 1961, Jackie Kennedy est prise en photo à New York avec une poêle Tefal à la main. Les ventes passent de 4.500 pièces à un million d'unités par semaine. La même année, l'entreprise s'installe à Rumilly dans les Alpes françaises de Haute Savoie.

En 1968, Tefal est le premier producteur français d'articles ménagers avec un chiffre d'affaires de 49 millions de francs, c'est naturellement que le groupe SEB se porte acquéreur de cette entreprise florissante. Le virage vers l'électroménager s'est négocié en 1974 avec un croque gaufre électrique, suivi en 1982 de la bouilloire électrique, en 1985 de

l'activité pesage... Aujourd'hui, Tefal est une vraie marque généraliste qui répond à tous les besoins du consommateur.

L'année 1998 représente le début de l'histoire pour Tefal électroménager au Maroc. Mais la marque existait déjà depuis plus de 30 ans.

## Produit

Le développement de Tefal repose sur trois piliers: innovation, qualité et prix. L'innovation n'a jamais cessé de pousser la marque au-devant de la scène internationale.

Que ce soit la friteuse à catalyseur qui détruit les molécules d'huile contenues dans les vapeurs pour éviter les odeurs, ou bien le système thermopost qui permet de savoir quand la poêle est arrivée à sa bonne température, ou encore le mixer avec couteaux amovibles pour un nettoyage complet, ou enfin le tout simple barbecue électrique... tous ces produits sont directement issus d'études consommateurs et répondent donc parfaitement à une demande en constante évolution.

La qualité est un des atouts de la marque. Il est très difficile de faire tenir un film d'anti-adhésif sur une surface lisse comme l'aluminium. Pourtant, ce savoir-faire de Tefal permet d'obtenir une qualité de produit inégalée à ce jour. La durée de vie des poêles anti-adhésives Tefal est largement supérieure à ce qui peut se trouver par ailleurs sur le marché.

L'électroménager n'est pas en reste. Tous les produits suivent des contrôles qualité à différents stades de la production. Le très

faible taux des retours pour service après-vente le prouve facilement. La qualité, Tefal l'a trouvée en restant européenne pour près de 80% de sa production. Les normes techniques étant plus draconiennes dans cette région du monde, les produits sont de toutes façons calibrés pour répondre à ce besoin qualitatif.

L'établissement du prix d'un produit sur un marché est une opération délicate. Tefal arrive, cependant, à offrir une gamme de produits de

haute facture avec un prix abordable, même pour des pays émergents. L'astuce réside dans le volume des productions, les innovations étant pratiquement «offertes».

Tefal peut donc répondre à tous les besoins aux meilleurs prix. Le choix est aussi un facteur important. Que se soit en termes de couleurs tendances, en profondeur ou en largeur de gamme, Tefal propose toujours deux à trois déclinaisons de produit par famille.

## Développements récents

Tefal a beaucoup investi dans les «cuisines régionales» qui sont une tendance mondiale. Ses produits comme notre tajine national, le wok chinois, la paella espagnole, la pierrade finlandaise... se retrouvent sur les tables du

monde entier, devenant ainsi les ambassadeurs d'une autre culture. Des recettes sont proposées sur le site Internet tefal.fr et un livre de recettes est toujours livré avec les produits pour faciliter la prise en main des produits.

Tefal a également cherché à se développer sur des matériaux comme l'inox en articles ménagers, ou en fonte. Noblesse des matériaux, richesse des produits, recherche du meilleur goût... sont des valeurs propres à Tefal.

## Communication

Dès son lancement en 1998 par la société Discophone, Tefal s'est vu offrir des media-plan ambitieux. Il y a eu même un spot publicitaire TV tourné au Maroc sur la bouilloire, dans un environnement typiquement nord-africain. La volonté y est restée. La stratégie étant toujours, orientée vers le produit et ses innovations, les médias utilisés sont aussi larges et vont de la télévision à la presse féminine en passant par l'affichage, selon le message à faire passer. La PLV n'est pas en reste avec, à chaque opération, une présence signalétique forte sur le point de vente qui rappelle les produits et leurs caractéristiques. Tefal réalise également des actions de sponsoring d'associations caritatives au moyen de dons de produits.

En plus d'un site français bien garni en information, Tefal dispose au Maroc de toute la gamme sur le site www.monelectro.com qui regroupe les grandes marques d'électroménager installées au Maroc. Le Web marketing, très présent en France où un achat sur deux en électroménager est réalisé après une consultation du Web, est donc un nouveau média également à mettre au crédit de la marque.

## Les valeurs de la marque

L'innovation, la qualité, les tendances mode, les prix accessibles sont les valeurs fortes de Tefal et ce, à travers le monde entier. Cette réussite doit être communicative et fédératrice. En répondant aux besoins du consommateur, Tefal l'aide dans sa réussite.

[www.tefal.fr](http://www.tefal.fr)

## Les petites choses que vous ignorez sur Tefal

Tefal existe aux Etats-Unis depuis des années et s'appelle T-FAL là-bas.

Chaque année, 9.000 Marocains achètent un produit Tefal, en France, ils ont été 6 millions en 2003.

Tefal France exporte 70% de sa production à travers le monde.

38% de la gamme Tefal est représentée au Maroc.

