



Grand Prix ESSEC des industries de la Consommation Responsable

DOSSIER DE CANDIDATURE

Prix : Gestion des déchets et fin de vie des produits

- **Tous les champs sont à renseigner.**
- **Date limite de renvoi des dossiers complétés : 12 octobre 2016**, par mail à l'adresse suivante : GPrixRSE-chaireGC@essec.edu
- **Principe de notation de chaque prix :**
Les initiatives candidates seront évaluées selon 4 critères : Aspect novateur - Mise en œuvre et communication – Impact et résultats – Vision.
Une note sur 10 points sera attribuée sur chaque critère.
Les critères seront pondérés selon des coefficients : Caractère innovant de l'initiative : coefficient 3 - Mise en œuvre et communication : coefficient 2 - Impact et résultats : coefficient 3 - Vision : coefficient 2.
Une note globale sur 100 points sera ainsi affectée à chaque initiative candidate.



Nom de l'initiative: Produits réparables 10 ans

Nom de l'entreprise candidate (et logo): Groupe SEB

Contact - Personne en charge du dossier : Joël Tronchon –
jtronchon@groupeseb.com

PRESENTATION SYNTHETIQUE DE L'INITIATIVE

1. Date de l'initiative : Initiative interne depuis 2008, Communication publique depuis mai 2015

2. Pitch :

Résumez en 10 lignes votre projet.

Cette description pourra être reprise sur des supports de communication visant à présenter les différents projets.

« Réparer plutôt que jeter » : tel est le leitmotiv qui guide la politique de réparabilité très innovante du Groupe SEB, pionnier dans ce domaine. Parce que ce geste se révèle à la fois bénéfique pour le consommateur (intérêt économique) et pour l'environnement (réduction des ressources consommées et des déchets), il n'a pas attendu le vote de la loi contre l'obsolescence pour œuvrer en faveur de l'allongement de la durée d'usage de ses produits. Après une phase de test effectuée sur 2 marques en 2015, le spécialiste français du petit électroménager annonce début septembre 2016 l'extension de sa politique de réparabilité 10 ans à l'ensemble de ses marques et dans tous les pays : Seb®, Rowenta®, Moulinex®, Calor®, Krups® ou encore Tefal® (pour l'électroménager et les autocuiseurs).

PRESENTATION DETAILLEE DE L'INITIATIVE

Critère 1

Caractère innovant de l'initiative

(coeff. 3)

3. Décrire le caractère rupturiste / innovant du projet

En quoi votre réalisation va-t-elle au-delà :

- des pratiques existantes au sein de votre entreprise ?
- de ce qui peut déjà exister dans d'autres groupes ou aux usages du secteur ?
- des contraintes légales et réglementaires ?

Pour favoriser le recours à la réparation et engager les consommateurs dans cette démarche, le Groupe SEB a initié une double réorganisation au niveau de la conception de ses produits et du stockage à long terme de ses pièces détachées.

D'un point de vue conception, le Groupe SEB a fait un travail important pour que ses produits soient conçus dès l'origine pour être facilement démontables et remontables, afin de pouvoir remplacer uniquement les pièces qui posent un problème d'usure. La réparabilité fait ainsi

partie des 7 axes du guide éco-conception déployé en 2013 et 2014 sur les sites du Groupe dans le Monde.

En ce qui concerne le stockage des pièces détachées, le Groupe a reconverti en 2008 une de ses anciennes usines, située à Faucogney-et-la-Mer (Franche-Comté) en centre névralgique pour sa politique de réparabilité. Ce site, qui dispose entre autres d'un entrepôt de stockage de 15 000 m², est dédié à la conservation de près de 5,7 millions de pièces de rechange, représentant 40 000 références. Ce site expédie chaque jour près de 1 500 colis dans 60 pays, vers son réseau de 6 500 réparateurs professionnels agréés. Ces derniers, régulièrement formés et contrôlés, peuvent à tout moment dépanner une défaillance qui surviendrait sur un appareil au-delà de la période de garantie.

Dans cette usine historique, le Groupe SEB étudie depuis quelques années les progrès réalisés en matière d'imprimantes 3D afin de garantir la fourniture à vie de certaines pièces plastiques. Depuis mai 2016, les premières réparations ont lieu avec des pièces détachées imprimées à la demande. À terme, l'objectif est de pouvoir les créer directement chez le réparateur, à partir de cette nouvelle technologie.

Enfin, pour aider les consommateurs à adopter le réflexe de réparer plutôt que de jeter, une politique tarifaire transparente sur les pièces de rechange a été établie : aucune pièce ne doit dépasser 50 % du produit neuf et la plupart d'entre elles sont même vendues à prix coûtant (suite à une baisse du prix des pièces détachées de 30 % en 2012). Avec cette philosophie, le Groupe SEB entend fidéliser les utilisateurs de ses appareils sur le long terme.

Par ailleurs, le Groupe SEB n'a pas attendu le vote de la loi contre l'obsolescence pour œuvrer en faveur de l'allongement de la durée d'usage de ses produits. Après une phase de test effectuée sur 2 marques en 2015, le spécialiste français du petit électroménager a annoncé début septembre 2016 l'extension de sa politique de réparabilité 10 ans à l'ensemble de ses marques et dans tous les pays : Seb®, Rowenta®, Moulinex®, Calor®, Krups® ou encore Tefal® (pour l'électroménager et les autocuiseurs).

Le Groupe fait également figure de précurseur en proposant depuis la rentrée un [service clé en main](#) pour passer de la version classique à la version connectée du Companion en toute sérénité. Afin d'éviter une « obsolescence technologique », les 85 000 consommateurs en possession du produit se verront proposer la possibilité d'intégrer la dimension « connectée » dans leur produit : l'installation sera organisée localement, chez les réparateurs agréés : depuis la prise en charge au domicile jusqu'au retour du produit rendu sous 15 jours. Cette initiative inédite sur le secteur confirme bien la volonté du Groupe SEB de proposer à ses consommateurs le meilleur de la technologie, sans avoir besoin de remplacer ou de jeter leur produit actuel.

Critère 2
Mise en œuvre et communication
(coeff. 2)

4. Qui a donné naissance à ce projet ? (équipe/département) Dans quel contexte ?

La réparabilité de nos produits a toujours été considérée par le Groupe SEB comme un facteur clé de la satisfaction consommateur. En 2008, il a ainsi reconverti une de ses anciennes usines, située à Faucogney-et-la-Mer (Franche-Comté) en centre névralgique pour sa politique de réparabilité.

En 2014, la Direction Satisfaction Consommateur et la Direction Développement Durable ont travaillé ensemble afin de proposer au Comité Exécutif un plan pour encourager encore davantage les consommateurs à faire réparer leurs produits.

5. Stratégie de déploiement de l'initiative

- **Etapes et dates clés de mise en place**

- **Ampleur de la mise en œuvre**

(nombre de collaborateurs, de marques, de produits, de sites concernés...)

- **Comment avez-vous appréhendé les enjeux économiques dans le déploiement de l'initiative ?**

2008

Présentation au Comité Exécutif du plan « SEB REPARÉ ! » visant à rendre tous les produits réellement réparables puis à encourager au maximum leur réparation plutôt que leur remplacement.

Triple objectif :

- A court terme, réduire le nombre de produits échangés sous garantie sans avoir de pannes réelles, en rendant ces produits à leurs utilisateurs après un contrôle/réparation simple au lieu de les rembourser.
- A moyen terme, améliorer la qualité de tous nos produits par une meilleure connaissance des défauts existants, possible uniquement par une recherche approfondie réalisée lors des réparations et non lors d'échanges.
- A long terme, améliorer l'image de nos marques, et fidéliser des consommateurs qui auront pu utiliser plus longtemps leurs produits en ayant le cas échéant fait réparer leur produit avec succès, simplement et économiquement.

Reconversion d'une ancienne usine, située à Faucogney-et-la-Mer (Franche-Comté) en centre névralgique pour sa politique de réparabilité. Stockage central de 40.000 références de pièces sur 15 000 m², 6 millions de pièces en stock dont la moitié pour les années futures du fait de la constitution de « stocks à 10 ans » lors de l'arrêt de fabrication des produits.

2010

Renforcement des réseaux de réparateurs (6 500 dans le Monde) et interfaçage direct avec la logistique du Groupe pour accélérer les délais d'approvisionnement de toute pièce

nécessaire (30h en moyenne en France).

2011

Mise en place des « critères de réparabilité » avec lesquels tous les produits sortant de R&D sont désormais analysés et présentés au Comité Exécutif.

2012

Baisse importante du prix des pièces détachées (environ 30 %) afin d'encourager la réparation des produits.

2015

Expérimentation d'une communication « Produit réparable 10 ans » sur les marques Rowenta et Seb en France.

Septembre 2016 :

Extension de la communication « Produit réparable 10 ans » à toutes les marques du Groupe en France à l'international.

Arrivée des premiers emballages portant le logo « Produit réparable 10 ans ».

Réalisation des premières réparations à l'aide de pièces détachées fabriquées par impression 3D, afin d'assurer la disponibilité à la demande de pièces qui ne seraient plus approvisionnables classiquement, en particulier pour les produits les plus anciens.

6. Implication des collaborateurs de l'entreprise dans le déploiement de l'initiative

- Combien de collaborateurs ont été mobilisés ? (le cas échéant)

- Quels moyens et quelles actions votre entreprise a-t-elle mis en place pour motiver et former les collaborateurs concernés par l'initiative ?

- De quelle façon communiquez-vous autour de cette initiative en interne ?

- Réorganisation des Directions Services dans tous les pays, pour une forte proximité avec les réparateurs.
- Formation et développement des Centres d'Appels avec pour objectif de « trouver une solution à chaque demande ».
- 570 personnes impliquées à travers le Monde.
- Mise en place des plans d'amélioration dans les centres R&D pour optimiser le démontage ou adapter le design des produits dont les critères de réparabilité n'étaient pas jugés suffisants.
- Création d'une équipe de 5 personnes pour développer le projet 3D.

Cette initiative a été largement relayée via des news internes, des vidéos dédiées et divers moyens de communication. Par ailleurs, les salariés ont pu découvrir la politique réparabilité en image grâce aux différents reportages TV dont elle a bénéficié, et qui ont été relayés en interne.

7. Partenariats noués pour mettre en œuvre le projet.

Les centres de réparation agréés

Les centres de réparation agréés sont des partenaires indispensables à la politique réparabilité du Groupe SEB. En effet, ce tissu de réparateurs indépendants assure que les consommateurs pourront effectivement faire réparer leurs produits, à proximité de chez eux. Le réseau du Groupe compte actuellement plus de 6 500 centres de réparation agréés dans le monde.

Les « repair cafés »

Dans plusieurs des pays où il est implanté, le Groupe SEB étudie des pistes pour aider les consommateurs qui souhaitent réparer eux-mêmes leurs produits. En France, par exemple, il a inauguré en juin 2015, avec le soutien du GIFAM et de l'ADEME, ses trois premiers centres d'autoréparation conçus dans l'esprit des « Repair Cafés® ». Situés à Limoges, Périgueux et Tours, ils sont hébergés dans les locaux de réparateurs agréés du Groupe. Le consommateur peut venir à l'atelier avec ou sans rendez-vous : dans un espace dédié et équipé, il dispose des documentations techniques et des pièces détachées nécessaires, ainsi que de conseils de professionnels pour l'aider à réparer lui-même son appareil. Le Groupe étend progressivement ce service innovant au sein de son réseau de 220 réparateurs français, avec 3 nouvelles villes cette année (Lyon, Grenoble, Le Mans).

L'association ENVIE

Afin de sensibiliser les consommateurs à l'importance de la réparabilité, le Groupe SEB soutien le Repair Truck Envie, un tour de France (8 villes) de la réparation pour rencontrer, informer et initier gratuitement le plus grand nombre aux gestes de la réparation : gestes d'entretien, animation autour de la réparation de produits du Groupe SEB et de gros électroménager, gestes malins pour économiser l'énergie au quotidien, jeux de piste pour les enfants...

8. Information du consommateur et des parties prenantes.

- **Quelles actions d'éducation, d'information, de communication aux consommateurs et aux parties prenantes du projet, notamment pour faire évoluer leurs comportements avez vous mises en place ? (Supports, moyens, budgets ...)**
- **Collez un ou deux exemples de communication (visuels développés)**

Le Groupe SEB a développé différents supports de communication afin de sensibiliser le grand public aux enjeux de la réparabilité :

- Pages dédiées sur les sites internet de marque (exemple de Rowenta ci-dessous)
- Vidéos explicatives sur deux thématiques :
 - o [Réparer c'est facile : explication du parcours consommateur de la réparation](#)
 - o [Les engagements du Groupe SEB en matière de réparabilité](#)
- Relations Presse : le Groupe SEB a communiqué largement avec les médias grand

public afin que ces derniers portent le message de la réparabilité. Par exemple, la réparabilité a fait l'objet de divers reportages TV (ex : Capital – M6).

- Voir revue de presse en annexe



VOTRE PRODUIT EST-IL RÉPARABLE ?



— C'est quoi —
LA RÉPARABILITÉ ?

Un produit est dit réparable s'il est possible de remplacer un ou plusieurs composants défectueux sans avoir à remplacer l'ensemble du produit.

Plus de 100 produits Rowenta sont actuellement certifiés réparables.



— Rowenta —
À VOS CÔTÉS

Les problèmes sont résolus plus facilement, rapidement, économiquement et durablement. Un réseau national de points de réparation est à votre disposition.



Le réseau de réparateurs est composé de professionnels et de particuliers passionnés par la réparation. Ils sont à votre disposition pour vous aider à résoudre votre problème.



5,7 MILIARDS DE PIÈCES
SUR 15 000 M²

Rowenta s'engage à garantir pendant 20 ans sa capacité à fournir les pièces de rechange nécessaires à la réparation de ses produits.

Une garantie de réparabilité assurée pendant 20 ans pour tous les produits Rowenta.



Le produit est certifié réparable selon les critères de la norme EN 15196.

Le produit est certifié réparable selon les critères de la norme EN 15196.

Le produit est certifié réparable selon les critères de la norme EN 15196.

Le produit est certifié réparable selon les critères de la norme EN 15196.



— Rowenta —
PRÈS DE CHEZ VOUS...

Le réseau de réparateurs est composé de professionnels et de particuliers passionnés par la réparation. Ils sont à votre disposition pour vous aider à résoudre votre problème.

Plus de 100 produits Rowenta sont actuellement certifiés réparables.

Plus de 100 produits Rowenta sont actuellement certifiés réparables.

6 500
réparateurs professionnels



— La réparabilité —
EN UN SEUL CLIC

Un simple clic, la notice de réparation est disponible en PDF. Le matériel de réparation est également à votre disposition.

Une notice de réparation est disponible en PDF. Le matériel de réparation est également à votre disposition.

REPARABILITE
EN UN SEUL CLIC



— L'impression 3D —
POUR LUTTER CONTRE L'OBSOLETESSANCE PROGRAMMÉE

Plus de 100 produits Rowenta sont actuellement certifiés réparables.



Page dédiée à la réparabilité sur le site Rowenta.fr

Critère 3
Impact et résultats
(coeff. 3)

9. Quels ont été les résultats quantitatifs de cette initiative ?

- **Indicateurs clés (économiques, financiers)**
- **Chiffres bruts (départ / à date)**
- **Evolution par rapport à la date de démarrage du projet**

Avec des produits conçus dès l'origine pour être plus aisément démontables et remontables, le Groupe SEB parvient à individualiser un très grand nombre de pièces, permettant ainsi de ne réparer que celles qui dysfonctionnent. Depuis 2012, le Groupe SEB qualifie, selon des normes précises, la « réparabilité économique et à long terme » de chacun de ses produits sortant d'usine : cet indicateur (suivi mensuellement par le Comité Exécutif) confirme que 97% des appareils du Groupe sont réparables.

En 2016, ce sont près de 500 000 produits qui devraient être réparés en France : 1/3 sous garantie et 2/3 au-delà des 2 ans de garantie. Des robots haut de gamme aux aspirateurs, en passant par les cafetières ou encore les grille-pains : toutes les familles de produits sont concernées.

10. Quels ont été les avantages qualitatifs de cette initiative ?

- **Comment cette initiative a-t-elle été perçue en interne et/ou en externe (clients, fournisseurs, consommateurs, partenaires ...)** ?

Exemples (ou témoignages) de sites (ou de personnes) emblématiques de la réussite de la mise en œuvre de l'initiative.

>> reconnaissance(s) ayant déjà été obtenu(es) par cette initiative

Cette initiative a été très bien perçue aussi bien en interne qu'en externe. En effet, la politique de réparabilité du Groupe SEB a fait l'objet de nombreux articles de presse et de reportage TV. Par ailleurs, les salariés sont fiers de travailler pour une entreprise qui agit concrètement contre l'obsolescence programmée et sensibilise le consommateur à l'importance de la réparation.

11. Quelles ont été les pratiques modifiées suite à ce projet :

- **en interne (comportements, méthode de travail, perception du changement...)**
- **en externe vis-à-vis des clients, fournisseurs, partenaires...), envers l'Homme, l'environnement, sur les bienfaits sociaux...**

En interne, l'annonce de cette politique « produit réparable 10 ans » a permis au Groupe SEB d'aller encore plus loin dans sa démarche. Toutes les équipes du Groupe sont maintenant convaincues qu'il s'agit d'un sujet clé pour les consommateurs et cela les

encourage à redoubler d'efforts sur cette thématique : impression 3D de pièces détachées, mise en place d'un tarif forfaitaire de réparation, analyse et retravail systématique par les équipes R&D jusqu'à obtenir les taux ciblés des critères de réparabilité...

Par ailleurs, le Comité Exécutif du Groupe suit maintenant directement le taux de réparabilité des produits récemment conçus par le Groupe afin de s'assurer qu'ils tiennent les engagements.

En externe, la prise de parole du Groupe SEB a permis de sensibiliser de nombreux consommateurs à l'importance de la réparation. À noter que depuis que le Groupe SEB milite pour la réparation de ses produits, les commandes de pièces détachées hors garantie n'ont cessé de progresser, signe d'un recours accru à la réparation (+24 % en 2015).

Le Groupe SEB s'engage particulièrement dans cette sensibilisation du grand public. Par exemple, il est partenaire du [Repair Truck](#) organisé par l'association ENVIE : un tour de France en 8 étapes pour sensibiliser les Français à la réparation.

Critère 4 ***Vision*** **(coeff. 2)**

12. Quel est l'objectif à court/moyen terme ? (quantitatifs et qualitatifs)

L'objectif du Groupe à travers cette communication est de donner toujours plus de visibilité à sa politique de réparabilité, rendre les consommateurs plus sensibles à une «réparation possible et souhaitable», et les informer au moment de l'achat, sur les produits utilisables plus longtemps.

Pour aller plus loin, différentes notices de montage et de démontage seront également proposées prochainement ainsi que de nombreux didacticiels pour réparer soi-même les appareils électroménagers dans les conditions les plus sûres.

13. En quoi cette initiative s'inscrit-elle dans la vision et dans la mission de votre entreprise, ou la fait elle évoluer ?

Pilier majeur de la stratégie et moteur essentiel de croissance pour le Groupe SEB, l'innovation est inscrite dans ses gènes et reste profondément ancrée dans sa culture.

L'histoire du Groupe est en effet jalonnée d'innovations continues ou de rupture ainsi que de concepts inédits, de nouvelles fonctionnalités ou de trouvailles astucieuses. Ces nouveautés se sont traduites par des avancées tangibles dans la vie quotidienne des

consommateurs.

La réparabilité s'inscrit complètement dans cette logique d'amélioration de la vie quotidienne. Offrir la possibilité de réparer, c'est permettre d'utiliser ses produits préférés plus longtemps, tout en économisant l'achat d'un produit neuf.

Annexes

Y a-t-il d'autres éléments utiles que vous souhaitez apporter au jury ?

Réponse ou PJ en format numérique (2 max) :

- Dossier de presse Connect Day – 13 septembre
- Exemple de vidéo de marque sur les engagements réparabilité

Autorisation de publication des dossiers de candidatures

Les participants autorisent l'Organisateur à rendre public leur dossier de candidature, et ce uniquement à des fins pédagogiques et de communication.

Cette autorisation est accordée à la Chaire Grande Consommation de l'ESSEC, sans frais, pour une durée limitée de deux ans à compter de la remise des prix.

Cocher la case ci-après afin de donner votre approbation :

La participation au Grand Prix de la Consommation Responsable inclut une connaissance et une acceptation du règlement du concours.

Le règlement peut être téléchargé sur le site www.grandprix-consommationresponsable.com

Le dossier de candidature complété (et annexes) est à retourner à l'adresse suivante:

GPrixRSE-chaireGC@essec.edu

Date limite de renvoi des dossiers : 12 octobre 2016

Pour toute information complémentaire, n'hésitez pas à consulter le site internet

<http://grandprix-consommationresponsable.com/>

ou à nous contacter à l'adresse :

GPrixRSE-chaireGC@essec.edu