



25 Janvier 2021 – 7h30



Groupe SEB investit dans CHEFCLUB ; la marque FoodTech qui a connu en 2020 la plus forte progression au monde sur les réseaux sociaux

1

Le Groupe SEB annonce un partenariat avec Chefclub ainsi qu'une prise de participation minoritaire via SEB Alliance, sa société d'investissement.

Simplifier la cuisine et la rendre accessible à tous, c'est la vocation de Chefclub, la start-up créée en 2016 par les trois frères Thomas, Jonathan et Axel Lang. Rapidement devenue une marque leader dans la production et la diffusion de contenus culinaires, Chefclub a déjà vendu 700 000 livres et une série de produits innovants pour les enfants qui équipe déjà plus de 150 000 familles, tous co-crédés avec sa communauté. Également convaincu que le contenu expérientiel et l'accès direct aux communautés définissent le futur du commerce, le Groupe SEB, toujours aux avant-postes de l'innovation, a conclu un partenariat avec Chefclub et accompagne son fort développement en participant à son second tour de financement.

100 millions de followers : un accès direct à une puissante communauté mondiale

La distribution gratuite de contenu de qualité a permis de rassembler des dizaines de millions de followers autour de la marque. Véritable Digital Native Vertical Brand (DNVB), Chefclub entretient un lien de confiance avec ses utilisateurs pour les sonder et les impliquer dans le développement de ses produits. Chaque produit étant conçu à partir des demandes, goûts et avis de la communauté, exprimés à différents moments du processus de création.

Plus d'1 milliard de vues mensuelles : des capacités de médiatisation inégalées

A la différence des DNVBs cependant, Chefclub se démarque grâce à un atout majeur. Alors que l'attention des spectateurs se déplace de la télévision vers les réseaux sociaux, Chefclub assure la promotion de son univers et de ses produits à travers des vidéos de recettes inspirantes et amusantes vues dans le monde entier : en décembre 2020, plus de 50 millions d'Américains et près de 15 millions de Français ont regardé une recette Chefclub.

Et une licence de marque « Chefclub by Tefal »

Cette prise de participation vient aussi renforcer des initiatives communes engagées qui vont se concrétiser dès le premier semestre 2021 avec le lancement d'une gamme de produits sous licence de marque « Chefclub by Tefal » comprenant poêles, casseroles, ustensiles de cuisine et petit électroménager. En co-création avec la communauté Chefclub, cette gamme repose sur l'expertise de Chefclub dans le développement de recettes créatives et celle de Tefal dans la conception de produits durables et qui simplifient la vie. Elle sera lancée prochainement en France





2

et à l'international (Allemagne, Brésil, Italie, Corée, Canada, Espagne, Grande-Bretagne, Mexique), et sera commercialisée dans toute la distribution off et on line ainsi qu'en vente directe (DtoC) sur les sites de marque Tefal et Chefclub.

La nouvelle marque « Chefclub by Tefal » bénéficie d'une visibilité sans précédent sur les réseaux sociaux et élargit l'audience du Groupe SEB, notamment auprès des « Millennials », qui ont découvert ou retrouvé les plaisirs de la cuisine grâce aux contenus diffusés par la start-up. En s'associant au Groupe SEB, leader mondial du petit équipement domestique, Chefclub accède à un savoir-faire industriel reconnu, à la puissance de la marque Tefal et à une distribution plus large qui permettra à sa communauté de retrouver les produits dans les circuits de distribution du Groupe.

A propos de ce partenariat, **Thierry de La Tour d'Artaise, PDG du Groupe SEB**, déclare : « *En cette période si particulière, la cuisine s'est imposée plus que jamais comme une valeur refuge. Si de nombreuses études montrent que les Français, comme partout dans le monde, cuisinent de plus en plus, ils ont besoin de contenus ludiques, de recettes simples et créatives, de produits innovants, d'idées originales pour être accompagnés dans leur réalisation. Nous sommes ravis d'accélérer notre développement sur le digital culinaire, d'atteindre une nouvelle audience et de bénéficier du savoir-faire de Chefclub. Cette collaboration nous permettra d'aller encore plus loin dans l'offre de services innovants aux amateurs de cuisine.* »

Thomas Lang, Président et fondateur de Chefclub, commente : « *Il n'y a pas si longtemps, nous démarrions Chefclub dans la cuisine de notre appartement... Aujourd'hui, nous établissons un partenariat mondial avec le leader du secteur. C'est une fierté et un plaisir de collaborer avec un Groupe qui sait rester agile malgré sa taille. Avec des moyens mesurés, nous avons déjà réussi à bâtir une puissance media sans précédent sur les réseaux sociaux et à rassembler une communauté qui participe au développement des produits. Ce partenariat ambitieux avec le Groupe SEB est une nouvelle étape qui va permettre à nos utilisateurs de retrouver l'inspiration Chefclub tout au long de leur expérience de cuisine.* »

Prochains évènements - 2021

25 février avant bourse	Ventes et résultats 2020
22 avril après bourse	Ventes et informations financières T1 2021
20 mai 15h	Assemblée Générale
23 juillet avant bourse	Ventes et Résultats S1 2021
26 octobre après bourse	Ventes et informations financières 9 mois 2021



Investisseurs / Analystes

Groupe SEB
Direction de la Communication Financière
et des Relations Investisseurs

Isabelle Posth
Raphaël Hoffstetter

comfin@groupeseb.com

Tél. +33 (0) 4 72 18 16 04

Presse

Groupe SEB
Direction de la Communication Corporate

Cathy Pianon
Anissa Djaadi

com@groupeseb.com

Tél. + 33 (0) 6 33 13 02 00
Tél. + 33 (0) 6 88 20 90 88

Image Sept
Caroline Simon
Claire Doligez
Isabelle Dunoyer de Segonzac

caroline.simon@image7.fr
cdoligez@image7.fr
isegonzac@image7.fr

Tél. : +33 (0) 1 53 70 74 70

www.groupeseb.com



Et retrouvez-nous aussi sur www.groupeseb.com

Référence mondiale du Petit Equipement Domestique, le Groupe SEB déploie son activité en s'appuyant sur un portefeuille de plus de 30 marques emblématiques (Tefal, Seb, Rowenta, Moulinex, Krups, Lagostina, All-Clad, WMF, Emsa, Supor...), commercialisées à travers une distribution multi format. Vendant plus de 360 millions de produits par an, il met en œuvre une stratégie de long terme fondée sur l'innovation, le développement international, la compétitivité et le service au client. Présent dans 150 pays, le Groupe SEB a réalisé un chiffre d'affaires de 7,3 milliards d'euros en 2019 et emploie plus de 34 000 collaborateurs.

SEB SA

SEB SA - N° RCS 300 349 636 RCS LYON – capital 50 307 064 € TVA intracommunautaire : FR 12300349636