

Tefal

gravé dans les esprits depuis 60 ans

Numéro un des poêles et casseroles en France,
numéro un mondial des articles culinaires,
Tefal a réussi, grâce à ses nombreuses
innovations, à s'attacher la fidélité
des consommateurs, et
œuvre à toujours la
justifier demain.



« **O**bjets inanimés, avez-vous donc une âme ? », s'interrogeait Lamartine. Selon certains, ils seraient aujourd'hui dotés d'une intelligence « artificielle » grâce à la connectique. Miroirs d'un temps, ils nous instruisent de la singularité de la société et de son évolution. Ils nous révèlent des mutations tant techniques que sociologiques ou comportementales. Ils nous parlent, comme l'avait pressenti Roland Barthes, analysant les mythes de la vie quotidienne et de la société de consommation naissante – dont la future célèbre DS –,

dans son livre *Mythologies*, paru en 1957. Tefal, lancée un an plus tôt, aurait pu figurer dans une nouvelle édition du livre. Car, à n'en pas douter, la marque est un cas d'école. Quasi générique, devenue synonyme de poêle, forte de 150 brevets et d'une multitude d'appareils, elle se déploie aujourd'hui grâce à son inventivité sur un vaste champ couvrant aussi bien l'art de la cuisson au service de la santé des consommateurs que celui de la convivialité et du confort d'utilisation.



La poêle intelligente Assisteo, lancée en 2017

Plus de 50 millions d'articles culinaires sortent tous les ans des usines françaises de Rumilly et de Tournus. La marque Tefal – ou T-Fal sur le continent américain et au Japon – est aujourd'hui commercialisée dans 144 pays.

Quand Tefal nous parle

Tefal ou 60 ans d'histoire entremêlée à celle de la société française. La marque nous renseigne sur l'évolution de nos mentalités. Elle nous éclaire sur les signes que les hommes veulent, par elle, émettre et les empreintes qu'ils veulent laisser. Ses produits illustrent la révolution technologique : au gaz puis électriques, électroniques, numériques, connectés. Ils s'adapteront aux modes d'usage : petits pour être rangés facilement ou éviter de trop manger, nomades pour accompagner les consommateurs dans leurs déplacements. S'interroge-t-on sur les tendances alimentaires, les attentes portant sur le sain, le naturel ? alors la poêle antiadhésive nous parlera de cette révolution liée au PTFE (polytetrafluoréthylène, polymère plastique)

Ses produits
illustrent la révolution
technologique : au
gaz puis électriques,
électroniques,
numériques, connectés.

advenue en deux temps : en 1954 avec le dépôt du brevet Tefal et en 1956 avec la création de la société du même nom. Et c'est à son inventivité – une singularité inscrite en son cœur depuis sa naissance – que l'on doit la cuisson saine, la conservation de la saveur et de la qualité nutritive des aliments rendues possible par un revêtement antiadhésif permettant de réduire l'utilisation de matière grasse. À ceci est venue s'ajouter une meilleure maîtrise de la température de cuisson grâce à la technologie Thermo-Spot en 2000 : un

rond thermosensible placé au centre des poêles devient rouge quand la température optimale est atteinte. Inutile de mettre la main au feu ! Plus récemment, en 2017, la poêle « intelligente » Assisteo nous a fait entrer dans l'ère de la connectique et de la cuisson assistée. Elle est en effet équipée en son centre d'un capteur relié à un cadran situé sur son manche, qui indique si la température est adaptée (en vert), trop élevée (en rouge) ou pas assez (en bleu). Il est ensuite possible

de choisir parmi différents types de cuisson, comme le mijotage, la saisie, etc. Ajoutons qu'elle dispose d'une alarme qui évite de brûler les ingrédients. « Concernant les poêles, la ligne de conduite de Tefal sur le plan de l'innovation s'est construite en trois temps, explique Patrick Llobregat, directeur général de



La gamme rouge, lancée en 1971, et les premiers appareils à raclette, lancés en 1975

l'activité articles culinaires du groupe SEB, tout d'abord, leur revêtement antiadhésif a facilité le nettoyage et évité aux aliments d'accrocher ; puis Thermo-Spot a permis d'optimiser le préchauffage et de saisir les aliments au moment le plus opportun² ; enfin, Assistéo améliore désormais le contrôle de la température pendant tout le processus de cuisson des aliments. » Autre différence essentielle au regard des concurrents, la poêle Tefal ne contient ni PFOA (acide perfluorooctanoïque) ni plomb dans son revêtement antiadhésif. S'interroge-t-on sur le « fait-chez-soi » ? Tefal répond « gaufrier » en 1969 et « moules à pâtisserie » en 1972. Souhaite-t-on comprendre les attentes des nouvelles générations ? la cafetière à filtre Réveil Café nous explique comment programmer simultanément son réveil et le déclenchement de la cafetière à l'aide d'une application. Grâce à sa riche saga publicitaire³, Tefal nous donne à analyser l'évolution des mœurs, ainsi que celle de la répartition

des tâches ménagères entre les sexes, l'homme faisant progressivement son apparition dans la cuisine, non pas tant pour déguster que pour cuisiner. Si l'on s'interroge sur l'évolution du design, on constatera une plus grande place accordée par Tefal à l'esthétisme et à l'ergonomie. Citons par exemple, dès 1971, la gamme sauteuse, poêle et casserole de couleur rouge : « Tefal a attendu la fête des mères pour habiller de rouge sa gamme cadeau », annonce la publicité télé... en noir et blanc ! Le process industriel lui aussi évolue, quand l'emboutissage vient en 1968 augmenter les cadences de production, diminuer les prix de revient, faciliter l'obtention de pièces variées, plus esthétiques et de meilleure qualité. Face à l'évolution des modes de consommation, la marque s'adapte à la déstructuration des repas et répond à une nouvelle attente de convivialité avec le « croque-gaufre » en 1974, ses premiers appareils à raclette en 1975 et à fondue en 1978, le « brochette grill », un barbecue de table sans fumée en 1980, Pierrade en 1991, Pizza Party en 1994. Sa gamme cuisson partagée propose d'abord sur le mode collectif une grande crêpière pour tous, puis, de manière plus individualisée, la Crep'Party de six emplacements, qui permet aux convives de cuisiner simultanément leur petite crêpe, salée ou sucrée. Sur le même principe, la marque invente en 1993 Festinade, un appareil de cuisson muni de six poêlons individuels. C'est toujours au nom de la convivialité que Tefal propose Simply Line, un appareil à raclette en longueur pour table rectangulaire, afin

1 - Les produits Tefal couvrent cinq domaines : articles de cuisine, cuisson à table, petit déjeuner, ustensiles de cuisine, pèse-personne. À noter : Tefal est avant tout une société et une marque propre pour des poêles antiadhésives dont elle a été l'inventrice. Son domaine d'activité s'est principalement élargi lorsqu'elle est devenue la marque internationale du groupe SEB. Elle a alors couvert des familles de produits fabriqués par l'une de ses sociétés sœurs (SEB, Calor en l'occurrence).

2 - Chaque aliment a son point de réaction de Maillard ; c'est le point à partir duquel les protéines se transforment et apportent à la fois du goût, la caramélisation des protéines. Le contrôle de la réaction de Maillard permet également de maîtriser la conservation, la couleur, l'odeur et le goût des aliments.

3 - Cf. site Internet de l'INA : publicités accessibles de 1969 à 2005.

que tous les convives aient facilement accès au fromage. Ce dernier offre également une plaque grill-plancha amovible, antiadhésive bien sûr ! Les modes alimentaires évoluent eux aussi ? Tefal Burger est proposé en 1982, avec pour slogan *Tefal Burger, c'est drôlement simple* ⁴ – McDonald's n'a-t-il pas ouvert son premier restaurant, place des Halles, à Strasbourg le 17 septembre 1979 ? Pour répondre aux nouveaux goûts, Tefal lance le wok électrique en 1991, un appareil d'inspiration asiatique. On veut gagner du temps et économiser de l'énergie ? en 2009, Tefal propose Wikook, compromis entre faitout et autocuiseur, produit SEB vendu sous marque Tefal dans certains pays d'Europe. En 1996, la marque développe Eurêka, un concept d'articles empilables à poignées amovibles, destiné à faciliter le quotidien du consommateur soucieux de rationaliser son

espace de rangement. En 2003, Eurêka deviendra Ingenio. À l'ère du *snacking*, le croque-gaufre Snack Collection se range facilement malgré ses 16 jeux de plaques ! À une question portant sur les moments de consommation, Tefal répond « grille-pain, bouilloire, cafetière, théière pour le petit déjeuner » ⁵. L'obésité n'est pas encore un fléau quand la marque lance en 1985, grâce à la technologie Sensitive Computer, une balance électronique de cuisine – *Le poids du péché à 10 grammes près*, prévient le slogan publicitaire –, puis en 1987 un pèse-personne électro-

nique équipé d'une jauge à extensiométrie, qui annonce le poids à haute voix, le garde en mémoire et signale les écarts, et, plus récemment, en 2017, Body Partner. Pour ceux qui souhaitent suivre l'évolution de leur silhouette et piloter la forme de leur corps, Body Partner combine un pèse-personne connecté, un capteur de silhouette et une application qui permet de mesurer les résultats obtenus et leur évolution. Que nous dit Tefal en matière d'engagement social ? celui-ci peut se concrétiser d'abord dans l'Hexagone : troisième des cinq priorités ⁶ de l'entreprise en matière de développement durable, l'aide aux communautés, entreprises et associations locales concerne les régions où elle est implantée. L'engagement peut également porter sur le plan international. Depuis 2010, Tefal propose ainsi dans le cadre de son opération *Make a child smile again* une nouvelle gamme de produits – poêle, sauteuse, faitout – pour soutenir les projets de nutrition de l'Unicef ⁷.

En 2006, une super mamie attaquée par un voyou l'assomme d'une grand coup de raclette compacte ! Publicis conseil



TEFAL
www.tefal.fr

Premières poêles Tefal, 1956



Marc Grégoire



Création par hybridation

Messieurs les inventeurs, écoutez vos femmes ! C'est parce que Fernande Mantelet ne parvenait pas à faire une bonne purée que son mari a créé le moulin à légumes et fondé Moulinex (Moulin Express). Aventure identique pour Marc Grégoire (1906-1996), ingénieur de recherche en électronique, inventeur né⁸ et... pêcheur. De poisson, certes, mais aussi de bonnes idées ! Fabricant à ses heures de cannes à pêche en fibre de verre, Marc Grégoire cherche un moyen de démouler facilement ses cannes de leur matrice en aluminium. Il se souvient que des ingénieurs de l'Onera (Office National d'Etudes et de Recherches Aéronautiques) utilisent un matériau aux propriétés d'anti-adhérence remarquables, le Téflon, ou PTFE, une résine synthétique inventée en 1938 par Du Pont de Nemours⁹, et pense à en revêtir ses moules. Reste que le matériau a beaucoup de mal à se fixer. C'est dans sa cuisine qu'il va trouver la solution, grâce à des petits morceaux d'aluminium trempés dans une solution diluée à l'eau, qui offrent un bon support pour le dépôt de

Fabricant à ses heures de cannes à pêche en fibre de verre, Marc Grégoire cherche un moyen de démouler facilement ses cannes de leur matrice en aluminium.

4 - Devenu Kid Burger en 1995.

5 - Produits SEB commercialisés sous marque Tefal en dehors de la France.

6 - 1) Produits fabriqués dans le respect de principes éthiques, dans ses propres usines, mais aussi avec ses fournisseurs ; 2) politique de ressources humaines responsable, fondée sur les principes de non-discrimination et le respect humain ; 3) aider les communautés ; 4) proposer des produits qui prennent en compte la santé et la sécurité ; 5) respect de l'environnement à chaque étape du cycle de vie des produits. L'évaluation du cycle de vie d'une poêle est effectuée par l'ENSAM (École nationale supérieure des arts et métiers) et validée par Quanti.

7 - Pour chaque produit vendu, Tefal reverse un euro ou plus à l'Unicef, qui vient en aide aux enfants malnutris en distribuant des aliments thérapeutiques et des suppléments nutritionnels, et en formant les parents à adopter les bonnes pratiques en termes de nutrition.

8 - Lors de son premier emploi chez Radio Lucien Neurie, Marc Grégoire invente, entre autres, un nouvel opérateur radio. Engagé chez Ribet Desjardins, société spécialisée en électronique, il développe les oscillographes cathodiques et met au point un système de mesure à distance basé sur le principe du radar.

9 - Il est à souligner que ce fut, au départ, une expérience ratée pour Roy Punkett, employé chez Du Pont de Nemours. Lors de recherches effectuées sur un gaz réfrigérant, le contenu d'une bonbonne s'est solidifié. Le tétrafluoroéthylène qui s'y trouvait avait « polymérisé », il s'était transformé en une sorte de plastique blanc et glissant.

10 - Il procède en fait avec des pièces du commerce qu'il attaque à l'acide de manière plus ou moins profonde afin de créer une surface capable d'accueillir le PTFE et de lui fournir son support de fixation après polymérisation.

PTFE¹⁰. En plus de s'unir intimement au matériau antiadhésif, l'aluminium présente des qualités de bonne tenue mécanique et de conductibilité thermique élevée. S'il vient de résoudre le problème de la canne à pêche, personne, pour autant, ne s'y intéresse ! Nous sommes alors en 1954.

Principe de sérendipité

La même année, le destin frappe à sa porte. Intriguée par les expériences chimiques menées dans leur cuisine, son épouse, Colette, lui suggère : « Si ton Téflon est aussi formidable que tu veux bien le dire, tu devrais être capable

d'empêcher le lait d'accrocher au fond de la casserole ». Nouveau défi à relever ! Il s'assure la collaboration d'un ami chimiste, Louis Hartmann, enduit de PTFE une poêle ¹¹ avant de faire cuire le revêtement sur un petit réchaud au butane. Les premiers essais culinaires sont réalisés avec un morceau de viande : sans aucune matière grasse, la viande grille sans attacher ; elle conserve tout son sang grâce à l'effet de répulsion. Les œufs cuisent avec un soupçon d'huile pour la saveur, le poisson se dore tout seul sans s'émietter. Autre atout : la poêle se nettoie en un tournemain, comme une assiette. La première poêle antiadhésive de l'histoire est née. Elle est aujourd'hui conservée au musée Du Pont de Nemours, à Wilmington, dans le Delaware (États-Unis). Le 13 décembre 1954, trois brevets, les premiers d'une longue série, sont déposés ¹². Les Grégoire voient dans leur invention une opportunité de faciliter le nettoyage des ustensiles de cuisine pour le camping, alors en fort développement, mais ne s'imaginent pas que leur procédé puisse aussi améliorer au quotidien la qualité de cuisson et la saveur des aliments. Reste à trouver des fabricants d'articles ménagers capable de produire la poêle en grande série. Certains la considèrent comme un gadget sans avenir, d'autres souhaitent une exclusivité sans minimum imposé. C'est donc dans un atelier de Sarcelles que

Marc Grégoire démarre la production accompagné d'Helmut Mottl, puis d'André Cahné, un ami, et rapidement de Mario Grassellini. Marché alors ciblé : le matériel de camping. En décembre 1955, lors d'une exposition dédiée au camping qui se tient à Paris, la poêle antiadhésive reconnue « universelle » reçoit un accueil enthousiaste. Il faudra néanmoins attendre deux ans pour obtenir l'homologation par la DGCCRF ¹³.

Le 2 mai 1956, la SARL Tefal est créée à Sarcelles, son nom est suggéré par une amie du couple ¹⁴. Une femme encore à l'honneur ! C'est dans un hangar que débute la production. Une vingtaine de poêles d'un même diamètre sont produites quotidiennement. Leur prix, 750 francs environ (l'équivalent de 50 euros), est le triple de celui d'une poêle en aluminium classique. Il revient à Colette Grégoire d'en assurer les démonstrations, d'abord à La Riviera, à Nice, au moment du Salon des arts ménagers, puis à La Samaritaine, où elle officiera trois mois. Des démonstrateurs viendront ensuite constituer la force commerciale dirigée par Charles-Henri Digeon, beau-frère de Marc Grégoire, permettant ainsi à la société de démarrer son activité sans engager de trésorerie pour la commercialisation. Le slogan est vite trouvé : *La poêle Tefal : la poêle qui n'attache jamais*. Fin 1956 : 100 poêles sont fabriquées par jour, de 22



Lancement, à l'occasion de la Chandeleur, du nouveau revêtement T.Plus, en 1979



L'usine de Rumilly, en Haute-Savoie

et 26 centimètres de diamètre. Rapidement, les premières demandes dépassent l'offre, les détaillants souhaitant vendre la poêle révolutionnaire. Pour la faire connaître, Marc Grégoire s'appuie sur une double action : démonstration dans les grands magasins et publicité (concours consommateurs et développer PLV). En 1958, la SARL Tefal se constitue en société anonyme afin d'attirer des capitaux pour financer sa croissance. La marque produit désormais des poêles de 20, 22 et 26 centimètres de diamètre, propose des moules à pâtisserie et sa première casserole.

En 1959, les poêles franchissent les frontières de l'Hexagone. Alutef, première filiale de Tefal, est créée en Belgique avec l'aide d'un démonstrateur. D'autres vont suivre, en Italie, Espagne, Allemagne...

Une licence de fabrication de 50 000 poêles par mois est accordée à Thomas G. Hardy, distributeur, le reste étant fourni directement par Tefal. Le lancement de la poêle, prévu fin décembre chez Macy's, à New York, est malheureusement retardé par une énorme tempête de neige qui ensevelit la ville pendant des semaines. À nouvelle année, nouveaux espoirs : en janvier 1961, un magazine publie une photo de Jackie Kennedy, l'épouse du président des États-Unis d'Amérique, sortant de Macy's une poêle Tefal à la main. L'heure n'est pas encore aux réseaux sociaux quand la photo, reprise dans tous les journaux, fait le tour du monde¹⁵. De 4 500 poêles par semaine, les commandes s'élèvent dès le lendemain à 7 500. 10 jours plus tard, la demande est de 500 000, puis 1 000 000 de poêles par mois !

L'effet Chandeleur

Afin de répondre à la demande, l'usine de Rumilly, en Haute-Savoie, sort de terre entre juin et octobre 1961, grâce aux entrepreneurs du pays et aux premiers salariés de Tefal¹⁶. Le choix de cette ville est motivé par la proximité du fournisseur d'aluminium – les Forges de Cran –, un accès ferroviaire aisé à Paris et bien sûr la présence du Chéran, une rivière très poissonneuse. Mais la question se pose de fermer l'usine avant même de l'avoir ouverte, car Tefal subit un énorme revers aux États-Unis. Le 1^{er} septembre, le distributeur américain annule toutes ses commandes

11 - Sur les mêmes principes que ceux appliqués aux moules de cannes à pêche.

12 - Les brevets de la poêle d'origine tombèrent dans le domaine public en 1976.

13 - Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes.

14 - Tefal est la contraction de Teflon et aluminium.

15 - Le 13 février 2013, Oprah Winfrey, une célèbre animatrice américaine, poste sur son compte Twitter, suivi par plus de 16 millions de personnes, deux messages vantant les mérites de la friteuse sans huile Actifry, commercialisée sous marque T-Fal aux États-Unis. « Cette machine... T-Fal Actifry a changé ma vie. Et ils ne me paient pas pour dire ça, affirme-t-elle avant d'ajouter : le plat entier de frites, une cuillère à soupe d'huile. Délicieux avec mon burger végétarien ».

16 - youtube.com/watch?v=rgP-TZQ8yIs : découverte des débuts de l'usine et témoignage des premiers salariés ; youtube.com/watch?v=CIUcgJBEM8 : visite de l'usine de Rumilly.

Le 2 février 1963, la marque remet au goût du jour la Chandeleur, une fête tombée en désuétude.



suite à une rumeur sur le caractère cancérigène du Téflon. Elles ne reprendront qu'un an plus tard. Entre temps, Tefal décide de faire de la publicité pour relancer ses ventes en France et renforcer sa notoriété. Le 2 février 1963, la marque remet au goût du jour la Chandeleur, une fête tombée en désuétude¹⁷. Des affichettes sont placées dans les vitrines de quelque 2 000 points de vente et une seule campagne radio est lancée pendant les huit jours précédant la fête. L'année suivante, une jeune speakerine, Jacqueline Huet, prête sa voix à la radio et son portrait sur un panneau cartonné, une poêle Tefal à la main. Catherine Langeais participe à l'émission télévisée du cuisinier Raymond Olivier, utilisateur de poêles Tefal sans même que la société le lui ait demandé. Les téléspectateurs reconnaissent la marque à la forme des poêles. En 1965, Tefal concentre la totalité de son budget annuel de publicité (800 000 francs) sur huit jours. Jacques Martin, alors peu connu, fait une crêpe-party devant Europe 1, à Paris. Tefal n'oublie pas sa singularité : innover ! En 1966, les concurrents proposent des produits plus minces. Or les poêles, notamment à grand diamètre, ont tendance à se déformer à la chaleur. Aussi la marque lance-t-elle Tefal Super, qui deviendra Tefal Bis, une poêle deux fois plus épaisse. Une campagne de publicité en presse magazine l'accompagne, sur le thème : « Faut-il

mettre du beurre dans une poêle Tefal ou non ? ». Tefal utilise également la fête des mères pour vanter ses poêles. La marque enrichit sa gamme avec sa première génération de sauteuses.

Les ventes progressent en Europe, en Afrique, sur le continent américain, au Moyen-Orient, en Australie, au Japon, en Tchécoslovaquie et en Syrie. Tefal crée en 1967 deux nouvelles filiales : aux Pays-Bas (Tefal NL) et au Danemark (Tefal Danmark). La politique de distribution est la même qu'en France : grands magasins, succursales multiples, grossistes et détaillants spécialisés. Alors présente dans 40 pays, Tefal produit 20 000 articles par jour et est devenue la première productrice française d'articles ménagers anti-adhésifs.

Rien n'attache avec Tefal

20 mai 1968. Les grandes grèves débutent, qui vont s'étendre jusqu'en juin. La paralysie va peu à peu gagner la France. « *La France s'enfonce dans la crise* », titre *France Soir*. Ce même jour, SEB acquiert Tefal sans que cela ne fasse la une de l'actualité¹⁸. « *Il est créé une division internationale pour commercialiser à l'export les produits SEB et Tefal sous la marque Tefal* », indique Patrick Llobregat. Tefal commercialise à l'export ses premières friteuses électriques sans odeur, lancées par SEB la même année, et ses premiers autocuiseurs¹⁹. En 1969, tandis que Tefal étend son offre au fait-maison avec le gaufrier, dont la plaque est bien sûr revêtue de PTFE, SEB se renforce dans le domaine culinaire. Les moules à pâtisserie et les casseroles deviennent le fer de lance de la marque. *Tefal, gravé dans le métal*, annonce

la publicité. En 1972, pour la fête des mères, une publicité TV signée Euro Advertising met en scène un enfant déclarant : « Si vous aimez votre maman et la tarte aux fraises, offrez-lui un moule Tefal ». Slogan : *Les moules à pâtisserie Tefal n'attachent vraiment pas* ²⁰. Le même enfant de dire, plongeant son doigt dans du chocolat : « Si vous aimez votre maman et la crème au chocolat, offrez-lui une casserole ». La casserole est bien sûr dotée d'un revêtement antiadhésif.

En 1974, Tefal se diversifie dans le petit électroménager ²¹ avec le croque-gaufre et l'allume-gaz électrique. Puis, l'année suivante, l'appareil à raclette ²² d'abord à rampe, puis à coupelle en 1978, suivi de la friteuse non électrique avec thermomètre, du premier Crep'Party électrique et de la Super Fondue elle aussi électrique en 1979 ²³. Avec Tefal, réussissez tout, affirme la publicité (Euro Advertising). Tefal vient d'inventer le concept de repas convivial et informel. Après l'entrée dans l'électricité vient le temps de l'électronique et le lancement en 1978 de la Super Mijoteuse, « la cuisine à l'ancienne sans surveillance » ²⁴. Et, puisque les brevets de la première poêle viennent de tomber dans le domaine public, Tefal lance en 1979, à l'occasion de la Chandeleur, le nouveau revêtement T-Plus ²⁵, puis en 1984 Super T-Plus avec Durabase, un fond émaillé plus résistant. Pour vanter aussi bien le brochette-grill, le super croque-gaufre, le raclette-grill et l'appareil à fondue, l'agence Telema, s'inspirant des *Bronzés*, crée des situations



Tefal vient d'inventer le concept de repas convivial et informel. Après l'entrée dans l'électricité vient le temps de l'électronique et le lancement en 1978 de la Super Mijoteuse, « la cuisine à l'ancienne sans surveillance ».

17 - Selon la tradition populaire, la crêpe représente le retour du soleil après les longues nuits de l'hiver.

18 - En 1972, SEB acquiert Calor, spécialiste français du fer à repasser. En 1973-1974, Tefal commercialise à l'international les premiers fers à repasser à sa marque.

19 - La Super Cocotte a été lancée par SEB en 1953.

20 - La même année, Tefal commercialise planches à découper et rouleaux à pâtisserie.

21 - Le petit électroménager Tefal : préparation culinaire, soin du corps, préparation du café/thé ; le gros électroménager : cuisson. À noter : la préparation culinaire, la cuisson électrique, la préparation du café/thé sont des domaines de SEB. Le soin du corps est un domaine de Calor. Ce n'est qu'à partir de 1975 qu'ils seront commercialisés sous marque Tefal à l'étranger. Il n'y a pas de gros électroménager chez SEB.

22 - La première raclette est une raclette-grill, un appareil à rampe venu d'un groupement de fromagers suisses qui souhaitent promouvoir leur fromage. Ils présentèrent à Tefal l'inventeur de l'appareil à raclette à coupelles. La même année : le couteau-aiguiseur qui s'aiguisait tout seul dans son étui.

23 - Toujours dans l'électroménager, le plateau chauffant et le cuiseur à œufs en 1979.

24 - Citons également dans le domaine électronique, en 1981, le fer Pressing Plus Electronic, exclusivité mondiale avec thermostat électronique et tige anticalcaire. Le fer Pressing Plus est un produit Calor commercialisé à l'étranger sous marque Tefal.

25 - « Avec T Plus, le revêtement qui résiste et qui dure, les nouvelles Tefal sont plus dures, avec T Plus, Tefal s'endurcit » (Euro Advertising). En 1983, Georges Lautner réalisera la campagne des « attachés ».



Publicités (Ina.fr) : Croque gauffres, 1975 ; Super mijoteuse, 1979 ; Tefal burger, 1983



Publicité Tefal 2017, Ingenio Family – Une petite vie bien rangée

de consommation particulières, aussi bien à l'hôpital, dans un appartement que dans un chalet, où Roland Giraud, Luis Rego et Tonie Marshall se retrouvent pour partager un moment convivial. Slogan : *Tefal, c'est drôlement simple.*

Tefal, comment s'en passer ?

En 1985, Tefal invente le pesage électronique, puis fait son entrée l'année suivante dans le domaine de la cuisson avec le mini-four Saveur Express, un four électrique avec vapeur, pour griller, dorer et cuire en trois modes : four, vapeur ou grill. Avec Tefal vous n'êtes pas au début d'en voir la fin, précise la publicité (Ogilvy & Mather). En 1989, Tefal, tout devient simple (DDB), aussi bien pour la sauteuse Ultrabase au fond thermo-diffuseur, pour le croque-gaufre Reverso que pour le cuiseur programmable pour plaques électriques. Du début des années 1990 à 1996, Tefal a pour slogan Tefal, tu penses à tout (Ogilvy & Mather). La marque n'oublie pas pour autant sa

« Depuis des années, elles ont tout essayé, la main au feu, le chant du beurre, la danse avec les gouttes, la méthode indienne, l'approche magnétique. Aujourd'hui Tefal réinvente la cuisson »

singularité originelle et originale : son revêtement. Elle lance Resistal²⁶ en 1991, Armatal en 1994, muni de canaux d'absorption des déformations dues à la surchauffe et d'un disque inox résistant à la déformation, nouveau revêtement compatible avec toutes sortes de feux (gaz, électricité, vitrocéramique ou induction), puis Titanium Excellence en 2016. En 1992, Tefal Sensitive est une table de cuisson intelligente munie d'un capteur ultra-sensible, qui permet de faire chauffer du lait en toute tranquillité, de faire rissoler sans être à côté, de laisser mijoter sans surveiller. Preuve que Tefal « pense à tout », la marque propose Ingenio, qui permet de ranger facilement : des poêles et des casseroles empilables, un couvercle adaptable, un manche amovible.

De 1997 à 2003, sous l'égide de l'agence Publicis, le slogan *Tefal vous réussit* accompagne le lancement de nombreux produits comme le multi-grill Contact System, créé pour



À gauche, OptiGrill, lancé en 2014, et à droite Aromati-Q, lancé en 2017

le barbecue électrique : une résistance est en contact direct avec la plaque pour bien saisir les viandes, « rien n'est important comme la forme et la santé... la vie a plus de goût quand on a la forme », prévient Tefal. Avec Thermo-Spot, un rond au fond de la poêle qui devient rouge et indique que la température est parfaite et que l'on peut commencer la cuisson : « depuis des années, elles ont tout essayé, la main au feu, le chant du beurre, la danse avec les gouttes, la méthode indienne, l'approche magnétique. Aujourd'hui Tefal réinvente la cuisson ». Ce système équipe l'ensemble de la gamme d'ustensiles de cuisson. Depuis 2004, toujours avec Publicis, Tefal pose la question ultime « Comment s'en passer ? »²⁷. François-Xavier Demaison en fait l'expérience quand il se réveille à quatre heures du matin pour relayer sa femme dans la cuisine : « Comment passer moins de temps à cuisiner ? Comment ranger plus simplement ? » Avec Ingenio, cinquième génération de casserole, et son manche amovible, l'adolescent pourra mieux ranger sa poêle et le chien n'aura plus sa queue coupée ! Lancé en 2014, OptiGrill est le premier grill électrique intelligent : doté de neuf programmes de cuisson²⁸, il est à même de mesurer l'épaisseur d'une viande, puis d'indiquer le temps de cuisson nécessaire pour avoir une viande parfaitement saignante, à point ou bien cuite. En 2017, Tefal a élargi sa gamme de barbecues

en ajoutant aux « portatifs » le modèle Aromati-Q (prononcer « aromati-quiou »), qui permet de retrouver le vrai goût du barbecue.

Tefal, une marque service

Sur fond de consommation responsable, de protection de l'environnement, de lutte contre le gaspillage et de valeur de partage, le groupe SEB et la marque Tefal garantissent depuis 2008 la réparabilité de leurs produits électriques pendant 10 ans, et ce dans toute l'Europe. Ils sont conçus pour être plus facilement réparables, démontables et remontables. En 2010, la gamme Natura, en aluminium 100 % recyclé, et les spatules Enjoy, fabriquées avec des bouteilles en PET recyclé²⁹, participent de l'économie circulaire. La marque lance régulièrement des rappels de produits en partenariat avec les enseignes : les consommateurs peuvent ramener leurs produits usagés, que Tefal se charge de recycler. « Ce sont toutes ces actions qui amènent Tefal à être la marque préférée des consommateurs³⁰ », indique Émilie Michot, sa directrice. Tefal est passé d'une posture de marque produit à celle d'une marque service en proposant des conseils personnalisés sur le plan nutritionnel, en recommandant des recettes dans des livres, mis à jour sur Internet, mais aussi sur sa page

26 - Un revêtement en relief rend la poêle plus résistante à la rayure, et à la déformation avec son nouveau fond.

27 - Ideas you can't live without, à l'international.

28 - Viandes, poissons, volailles, paninis, hamburgers, saucisses, porc, bacon et fruits de mer. Deux modes de cuisson supplémentaires sont prévus : un pour les aliments surgelés et un mode manuel doté de quatre niveaux de température.

29 - Fruit de trois années de recherche. Deux bouteilles PET recyclées = une spatule Enjoy. Récompensé par le concours EPRO 2010 (Meilleur produit européen en plastique recyclé) et par le Reddot Design Award 2010.

30 - Tefal : marque préférée dans le domaine des poêles et des casseroles.



La gamme Natura, lancée en 2010, et Body Partner, lancé en 2017, un pèse personne connecté qui combine capteur de silhouette et application pour Smartphone

Facebook, auxquelles s'ajoutent les recettes des blogueurs et blogueuses. « Pour aider le consommateur à mieux manger, nous l'aidons à mieux cuire ses aliments pour développer leurs saveurs et préserver leurs qualités nutritionnelles » Cette mission de marque se traduit dans une nouvelle plateforme : « Tefal est à vos côtés pour tirer le meilleur de chaque jour. En créant des innovations à l'épreuve de la vie, toujours performantes et faciles à utiliser, Tefal vous offre un chemin fluide vers une maison pleine de vie. » Traduction sur le plan publicitaire, le produit Tefal est le héros des films, parle en se présentant comme le complice et le facilitateur du quotidien, en réponse à un besoin consommateur. « Tefal veut être le meilleur partenaire des consommateurs. Comme tout est facile avec Tefal, on est sûr de réussir, on profite donc de tous les moments de bonheur qui se présentent à nous », explique Émilie Michot.

Et demain ?

« Nous devons imaginer des solutions qui aident à mieux manger dans un univers connecté. Aussi, nous devons être toujours les premiers dans la course à l'innovation, maintenir la distance face à la concurrence en étant en permanence à l'écoute des besoins des consommateurs, en leur proposant

des produits durables et des solutions pour un résultat de préparation culinaire optimum. C'est un challenge quotidien que l'on remporte grâce à la recherche et aux brevets qui élèvent le coût du ticket d'entrée. 30 % des produits dans le chiffre d'affaires de l'année ont moins de trois ans », tranche Patrick Llobregat. Lorsque les brevets tombent dans le domaine public, les distributeurs et les concurrents inondent le marché avec des produits de moindre qualité. « On peut proposer un produit esthétique sans les performances. Beaucoup de nos innovations, comme la composition du revêtement, ne sont pas visibles par les consommateurs, ce qui nous conduit à bien communiquer auprès d'eux, à les éduquer pour reconnaître un vrai produit d'une copie. Nous sommes le premier annonceur de ce domaine d'activité pour faire comprendre la différence par l'utilisation, la justifier par le prix, pour consommer mieux. » Et toujours défendre et promouvoir la finalité de la marque depuis sa création : être l'experte des matériaux antiadhésifs et de la cuisson des aliments, experte de la réussite de la cuisson. Colette Grégoire est rassérénée... ■