

# Stratégie brevets du Groupe SEB

Par **Géraldine GUERY-JACQUES**  
SEB

## Présentation du Groupe SEB

Depuis sa création, en 1857, l'innovation est au cœur de la stratégie du Groupe SEB et de ses valeurs. L'histoire du Groupe est jalonnée d'innovations continues ou de rupture englobant aussi bien des concepts inédits, de nouvelles fonctionnalités que des trouvailles astucieuses. De la Super Cocotte (1953) au robot cuiseur Cuisine Companion en passant par la friteuse (presque sans huile) Actifry (2006), la poêle antiadhésive (1956) ou la semelle de fer auto nettoyante (2008), cette dynamique d'innovation s'est traduite par des avancées tangibles dans la vie quotidienne des consommateurs. Elle constitue ainsi un facteur clé de différenciation et de développement permettant au Groupe de lutter contre la banalisation du marché.



Figure 1 : Le robot cuiseur i-Companion Touch XL Moulinex.  
© Groupe SEB

Le Groupe investit chaque année dans son processus d'innovation (266 millions d'euros, en 2019). Notre innovation est à la fois de nature technologique, *marketing* et *design*. Elle associe pour chaque développement des équipes pluridisciplinaires : le Groupe a ainsi construit une forte communauté d'innovation portée par des expertises internes (1 500 collaborateurs) et par des partenariats noués avec de grandes entreprises, des centres de recherche, des écoles et des universités, et également avec des *start-ups* à fort potentiel technologique financées par le fonds d'investissement SEB Alliance.

## Une stratégie brevets au service de la stratégie globale du Groupe

La politique brevets d'un groupe industriel comme le Groupe SEB est conçue au service de sa stratégie globale,

et plus particulièrement de sa stratégie d'innovation. Cette politique est mise en œuvre par une direction brevets professionnalisée, intégrée à la communauté innovation du Groupe, partenaire du *business* et travaillant en lien étroit avec les équipes et le management. Elle se décline en une stratégie de veille, en une stratégie d'analyse en matière de liberté d'exploitation et en une stratégie de création et de gestion de son portefeuille de brevets.

### Stratégie de veille PI pour accélérer la créativité

La veille en matière de propriété intellectuelle consiste à alimenter la connaissance scientifique et concurrentielle du Groupe par l'information brevet, en utilisant un matériau riche de 90 millions de publications. Plusieurs typologies de veille sont proposées :

- 1) la veille stratégique pour identifier des informations clés qui permettent une lecture ponctuelle de la stratégie innovation de concurrents ciblés ;
- 2) la veille technologique brevet, par catégorie de produits, laquelle est émise régulièrement à destination de la R&D ;
- 3) le panorama technologique recouvrant l'art antérieur sur une technique précise ;
- 4) la veille dessins et modèles, diffusée régulièrement vers la communauté innovation, qui est un signal clair d'une sortie imminente d'un produit sur le marché (produit fini dont l'aspect esthétique est protégé par des dessins et modèles).

### Stratégie d'analyse en matière de liberté d'exploitation pour identifier et limiter le risque de contrefaire des brevets tiers

Une analyse en matière de liberté d'exploitation est essentielle dans un environnement concurrentiel fort, dense, diversifié et mouvant. En effet, un brevet détenu par un concurrent peut empêcher la fabrication et/ou la vente d'une innovation.

Cette analyse, également appelée « *patent check* », peut s'avérer complexe en raison de multiples facteurs, en tête desquels figure le périmètre mondial de notre activité : nos pays de production et de vente nous imposent une multiplication des analyses, en raison notamment d'un droit des brevets spécifique à chaque pays, définissant des titres à effet et usage national.

La multiplicité de catégories de produits de petit électroménager (PEM) est également facteur de complexité, car le risque de brevet concurrent peut varier selon la catégorie du produit. Si, en théorie, nos catégories leader sont peu affectées, ce risque peut s'avérer plus élevé sur un marché innovant « verrouillé », d'autant plus si l'innovation



Figure 2 : La friteuse Actifry Seb.  
© Groupe SEB

concurrente brevetée est jeune et de rupture (en effet, un brevet dure jusqu'à 20 ans et est d'autant plus fort que l'invention présente une rupture par rapport à l'art antérieur).

De plus, chaque concurrent a une stratégie d'innovation propre, un périmètre géographique ou une origine qui lui est spécifique. *A fortiori*, chaque concurrent possède une stratégie brevets différente, ce qui impose une analyse fine de l'environnement concurrentiel.

Enfin, les différents offices de brevet présentent une inertie de délivrance (environ 4 à 5 ans de délais) plus importante que le rythme de création de notre offre produits PEM. En outre, la définition de la notion d' « invention brevetable » n'est pas toujours uniforme d'un office à l'autre.

### Stratégie de création et gestion de notre portefeuille de brevets

La stratégie de dépôt de demande de brevet s'applique habituellement depuis la phase Recherche jusqu'à la phase d'industrialisation du futur produit ou service.

Plusieurs « typologies » de brevets peuvent être distinguées. Ainsi, pour la friteuse quasi sans huile Actifry, le portefeuille brevets comprend 33 inventions brevetées, dont 20 sont industrialisées. Il regroupe des brevets de principe, des brevets de construction et des brevets de détail/astuce (voir la Figure 2 ci-dessus).

Toutes ces « typologies » de brevets sont à considérer, car un brevet de détail peut faire la différence en interdisant à la concurrence de proposer la même solution aux consommateurs sensibles à l'astuce innovante.

Déposer un brevet est toujours un pari pour un groupe comme le nôtre, car on ne sait pas si l'invention sera industrialisée et, si tel est le cas, si elle remportera un succès commercial. Au regard de nos ressources et du retour sur investissement attendu, le Groupe a fait le choix de

déposer des brevets qui seront considérés comme valides par les principaux offices de PI.

Au regard de la localisation de nos centres mondiaux d'innovation, nos premières demandes sont déposées en France. Puis notre portefeuille est étendu à l'international, selon des critères stratégiques bien définis. Le portefeuille du Groupe se compose aujourd'hui de presque 10 000 brevets actifs.

S'il existe plusieurs indicateurs de valeur d'un portefeuille, ils s'avèrent difficiles à mesurer :

- le premier est l'absence ou l'apparition tardive de copies ;
- le deuxième est la présence de produits concurrents « dégradés », c'est-à-dire qui contournent les brevets, mais sans reproduire exactement l'innovation brevetée ;
- le troisième est le nombre de brevets opposés par les concurrents et, par voie de conséquence, la mesure du taux d'invalidation de nos inventions.

## Conclusion

L'implémentation de la stratégie brevets s'opère au service de la stratégie d'innovation. Chez tout industriel développant une stratégie technologique innovante, cette stratégie brevets apporte de multiples bénéfices. Elle représente une source de créativité et de reconnaissance pour les inventeurs, une source de veille pour le management et l'ensemble de la société, une source de communication sur l'innovation en direction du public, une source de négociation à l'égard des concurrents ou partenaires, et surtout, une source juridique visant à préserver l'avantage concurrentiel pris sur les concurrents par le biais de l'engagement d'actions anti-contrefaçon.

## Le Groupe SEB – Chiffres clés 2019

- 7,354 milliards d'euros de chiffre d'affaires.
- 42 sites industriels dans le monde.
- Présence dans 150 pays.
- 34 000 collaborateurs.
- 383 brevets déposés dans le monde.

Le Campus SEB, siège mondial du Groupe SEB à Écully (département du Rhône).  
© Gilles Aymard

