Cebi : l’essentiel est invisible pour les yeux

Cette célèbre réplique du renard dans Le Petit Prince d’Antoine de Saint-Exupéry, s’applique à merveille à l’entreprise Cebi qui fête ses 50 ans cette année. En effet, elle conçoit et fabrique des solutions électromécaniques, souvent invisibles, mais essentielles au bon fonctionnement de plusieurs équipements de notre quotidien : automobiles, appareils électroménagers ou encore systèmes de ventilation. Entretien avec Lynn et Paul Elvinger, membres du comité de direction du groupe Cebi.

L’entreprise Cebi, fleuron de l’industrie luxembourgeoise, occupe un vaste terrain lové dans un méandre de l’Alzette à Steinsel. Le catalogue du groupe comprend plus de 4.000 références de pièces électromécaniques destinées en grande partie à l’automobile et aux poids lourds (90% du chiffre d’affaires), aux appareils électroménagers (lave-linge, sèche-linge, lave-vaisselle, 7% du CA) ou encore aux systèmes de ventilation. Ses solutions équipent de nombreux véhicules des grands constructeurs européens, américains et asiatiques. Pour servir ces clients exigeants

l’entreprise est présente dans 13 pays. L’ensemble du groupe Cebi produit 1 million d’articles par jour.

Le siège de Cebi est situé à Steinsel (crédit : Cebi)
Le siège de Cebi est situé à Steinsel (crédit : Cebi)

Comment l'histoire de Cebi a-t- elle démarré en 1976 ?

Paul Elvinger : L'histoire de l'entreprise trouve ses racines dans l'Italie d'après-guerre, dans un atelier familial créé par les frères Bianco qui réparaient des appareils électroménagers. Le plus jeune, Carlo, était fasciné par la mécanique et les entreprises automobiles de l'époque comme Chrysler ou Ford. En 1976, l'Italie connaissait des turbulences politiques et les frères Bianco ont cherché à s'implanter dans des environnements plus stables. Ils se sont alors intéressés à la Suisse et au Luxembourg, où ils ont ouvert des sites pour y développer leurs activités. Dès les débuts, leur ambition était de produire des solutions innovantes pour les secteurs automobile et électroménager.

Lynn Elvinger : Notre père, qui fut l'un des premiers employés de la firme au Luxembourg, y a gravi les échelons et est devenu directeur en 1985. Quand Carlo Bianco est décédé en 2009, son fils a souhaité vendre l'affaire et a finalement conclu avec notre père une opération de *management buy-out*. Notre père est toujours président du conseil d'administration et quand il s'est retiré de la direction opérationnelle en 2023, nous avons nommé un nouveau CEO, Domenico Cravoglio.

Quelle est l'activité de Cebi au Luxembourg aujourd'hui ?

L.E. : Le Luxembourg abrite à la fois le siège du groupe, Cebi international, où sont rassemblés le Comité de Direction et les fonctions supports, et un site industriel stratégique, Cebi Luxembourg, employant plus de 500 personnes. Le site de Luxembourg compte aussi une unité de Recherche & Développement qui conçoit et développe nos produits. Ceux-ci sont ensuite fabriqués au Luxembourg ou dans l'un de nos autres sites industriels. Enfin, nous avons aussi un laboratoire pour tester la résistance de nos produits, qui est également ouvert à d'autres industriels.

P.E. : Ce laboratoire de *testing* est très important pour nous car il permet d'être plus agile dans le développement de nos produits. Il fait appel à des machines très sophistiquées capables de reproduire des conditions climatiques extrêmes, des variations de température, des environnements hostiles (sable, poussière, neige …). En quelques semaines, nous pouvons simuler les chocs et pressions subies par les pièces durant la vie complète d'une appareil. Le laboratoire est également équipé d'une pièce spéciale pour tester la compatibilité électromagnétique (EMC) entre plusieurs systèmes électroniques devant cohabiter dans un même véhicule ou appareil. Ainsi, il est possible d'identifier les éventuelles interférences indésirables.

10
Vötsch

Chambres d'essai climatique dans le laboratoire de testing de Cebi à Steinsel. (crédit : Cebi)
Le laboratoire comprend une salle pour tester la compatibilité électromagnétique (EMC) entre plusieurs systèmes électroniques devant cohabiter dans un même véhicule ou appareil. (crédit : Cebi)
Test d'un système de lavage dans le laboratoire de Cebi. (crédit : Guy Wolff)

En 50 ans, le développement de la société en termes de lancement de produits et d'internationalisation est impressionnant. Qu'est-ce qui guide les choix stratégiques de l'entreprise ?

P.E. : Plusieurs éléments guident nos décisions stratégiques mais le premier d'entre eux est toujours le besoin du client. La tendance est d'aller vers des solutions toujours plus petites et légères, qui font le moins de bruit possible et qui s'interconnectent bien avec le reste des équipements. Nos ingénieurs travaillent souvent très en amont d'un projet avec le client afin de pouvoir intégrer les spécificités techniques souhaitées dans l'appel d'offre que le client réalisera par la suite. Notre longue expérience nous permet de bien comprendre les besoins et de proposer des solutions techniques et industrielles à des secteurs de plus en plus exigeants.

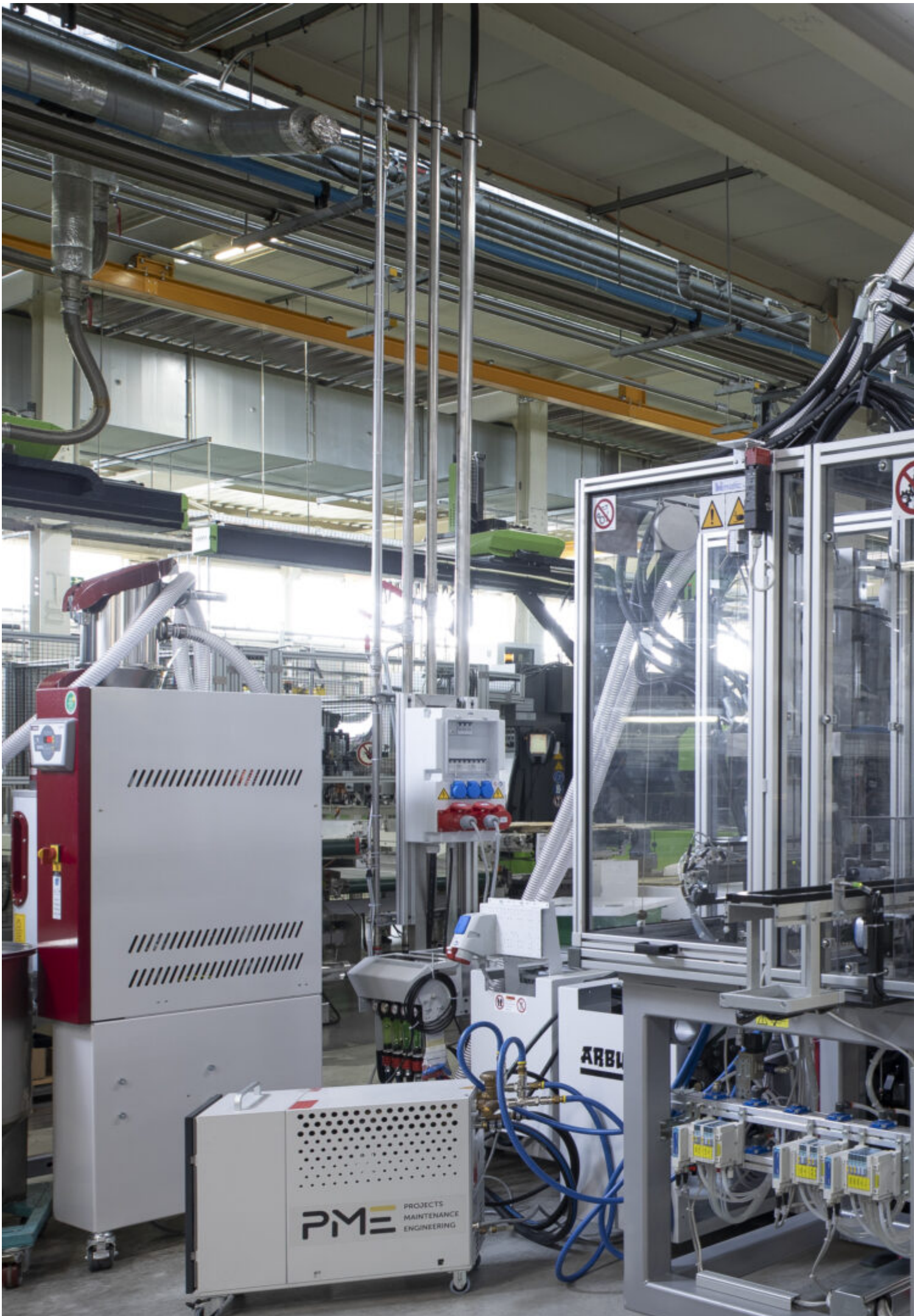
Cette volonté d'être proche de nos clients nous a guidé dans nos développements internationaux également. Il fallait que nous soyons présents dans les grands bassins industriels de la construction automobile, en Allemagne, en Italie, dans la région de Detroit aux États-Unis et dorénavant en Chine.

Un autre élément qui nous guide est notre volonté d'intégrer le plus possible toute la chaîne de valeur. Ainsi, nos machines sont fabriquées par une filiale du groupe en Italie, Bimatic. Elles sont conçues par nos propres ingénieurs, en fonction de nos besoins spécifiques.

Dans une optique de compétitivité à long terme nous investissons dans l'innovation mais aussi dans de nouvelles capacités de production. Nous avons récemment investi en Europe dans des nouvelles lignes d'assemblage complètement automatisées pour la production de moteurs de régulation électrique des sièges auto, ainsi que dans des presses offrant une force de fermeture pouvant atteindre 2.300 tonnes, au Brésil pour produire de grandes pièces plastiques. Nous investissons aussi dans des outils de design 3D avec des capacités avancées pour modéliser les pièces et utilisons les capacités de l'IA pour assurer les simulations. Nous avons aussi investi dans une plateforme digitale qui intègre toutes nos données produits depuis leur création jusqu'à leur production en passant par l'industrialisation (*conception et réglage des machines pour un produit spécifique, ndlr*), ce qui permet de nous adapter rapidement aux demandes de nos clients du monde entier.

Comment définiriez-vous votre cœur de métier ? Votre savoir-faire principal ?

P.E. : Notre cœur de métier est la conception et la fabrication de solutions électromécaniques. Ce qui nous distingue, c’est notre capacité à faire aussi bien du sur-mesure que de la grande échelle. Nous pouvons transformer une idée ou un besoin client en un produit industrialisé. Pour cela, nous maîtrisons toute la chaîne de valeur : le développement du produit, l’électronique, la mécanique, l’industrialisation et la production. En résumé, nous sommes des spécialistes de l’innovation appliquée à des produits fiables, performants et de qualité constante.


PME
PROJECTS
MAINTENANCE
ENGINEERING

Corps principal
Assemblage.1
Porte_buse_gauche
Révolution.2
Esquisse.4
Extrusion.1
Esquisse.12
Gorge.3
Esquisse.15
Poche.15
Esquisse.126
Poche.32
Esquisse.192
Assemblage.2
Porte_buse_droit
Révolution.3
Esquisse.5
Extrusion.2
Esquisse.17
Gorge.4
Esquisse.18
Poche.16
Esquisse.126
Esquisse.193
Assemblage.3
attache

BOSCH
BOSCH

D2
cebi
tecnoform

Unité de surmoulage automatique de Cebi Luxembourg. (crédit : Guy Wolff)
Les ingénieurs R&D de Cebi travaillent en étroite collaboration avec les clients pour comprendre leurs besoins et adapter les produits à leurs contraintes. (crédit: Guy Wolff)
Assemblage d'un système de lavage : les deux moitiés d'un réservoir sont assemblées et une pompe est ajoutée. (crédit : Cebi)
Atelier d'assemblage des sondes de température. (crédit : Guy Wolff)
Assemblage des sondes de température. (crédit : Guy Wolff)

Comment travaillez-vous en co-création avec les clients ?

L.E. : La collaboration étroite avec les clients démarre très tôt dans le développement des produits. Nos équipes R&D travaillent avec leurs équipes d'ingénierie pour comprendre leurs besoins et leurs contraintes. Dans de nombreux cas, les solutions sont développées sur mesure. Nous travaillons avec des marques automobiles très premium sur des sujets techniques ambitieux. Nous avons aussi les capacités pour nous adapter à l'évolution constante des véhicules, qu'ils soient essence, hybrides ou électriques.

Cette proximité avec le client permet de réduire les délais de développement et d'obtenir des produits parfaitement adaptés à l'application finale. Nous aimons nous définir comme un partenaire, pas simplement comme un fournisseur.

Quelles sont vos relations avec l'écosystème luxembourgeois de l'innovation ?

L.E. : Nous entretenons des partenariats avec des organismes de recherche et des institutions technologiques du pays tels que Luxinnovation, le LIST, le SnT (*centre Sciences Numériques et Technologie de l'Université du Luxembourg, dédié aux technologies innovantes, ndlr*)… Nous avons d'ailleurs remporté le Luxembourg AI Industry Excellence Award en juin 2025 avec Datathings, une *spin off* du SnT, pour notre digital twin *Predictive* qui assure le monitoring de nos données de production en temps réel et qui permet de réaliser des analyses et simulations optimisant la qualité et l'efficience de nos équipements de production.

Avez-vous des craintes concernant l'évolution du secteur automobile ?

P.E. : Ce secteur est en pleine transformation avec l'électrification mais aussi la digitalisation et la connectivité dans les véhicules ainsi que l'arrivée de la conduite autonome. Mais nous voyons cela comme autant d'opportunités d'innovation et de développement de nouvelles solutions, notamment dans les systèmes intelligents et les nouvelles fonctionnalités embarquées.

Concomitamment, il existe une forte pression sur les coûts, sur l'ensemble de la chaîne de valeur, engendrée notamment par la montée du secteur automobile chinois qui bénéficie de coûts matière et énergétiques inférieurs d'environ 15% à ce que nous connaissons en Europe. Cela représente un avantage compétitif énorme. Mais les constructeurs chinois font aussi partie de nos clients. Les

marchés asiatiques représentent au total 40% du chiffre d'affaires de notre entité en Chine, avec une tendance à la hausse. Nous sommes présents en Chine depuis une vingtaine d'années. À l'origine, nous y sommes allés pour accompagner le développement de constructeurs européens qui y délocalisaient leur production. Aujourd'hui, c'est un marché très innovant et notre expérience sur place nous permettra d'importer ces innovations en Europe.

L.E. : Le marché automobile n'a pas fini sa mue. L'offre est encore dispersée sur un grand nombre de marques. Nous assisterons vraisemblablement à une consolidation des marques chinoises, comme ce qui s'est passé en Europe dans les années 1980 et 1990. Dans ce contexte très mouvant, la capacité à innover, à rester agile et à se différencier sera déterminante pour rester compétitif.

Comment gérez-vous la résilience face aux crises successives que traverse l'économie ?

L.E. : Les turbulences sont devenues la norme aujourd'hui. Ces dernières années, nous avons dû faire face à des crises très différentes : pandémie, perturbations logistiques, inflation et coûts des matières premières en plus d'évolutions technologiques rapides. Il faut donc s'adapter en permanence.

Selon les prévisions pour 2026, la hausse des prix de l'énergie et des matières premières devrait générer des surcoûts de l'ordre de 15 millions d'euros par rapport à l'année passée.

P.E. : Nous trouvons des solutions en multipliant nos sources d'approvisionnement, en cherchant de nouveaux fournisseurs, notamment pour les composants. Nous investissons dans l'amélioration de nos processus industriels pour optimiser l'utilisation des ressources humaines et des machines, ainsi que dans la transformation digitale pour améliorer notre réactivité face aux événements. Nous pensons que la résilience se construit en permanence, grâce à une vision à long terme, et pas seulement pour répondre à une situation de crise.

Quels sont les next steps pour les prochaines années ? Les relais de croissance envisagés ?

P.E. : Nous allons continuer à innover à la fois sur les produits, les processus et notre organisation pour accompagner les grandes transformations de l'industrie. Nous allons accélérer la digitalisation de nos usines en explorant encore davantage les possibilités de l'intelligence artificielle. Nous souhaitons également réduire notre empreinte environnementale tout en restant compétitifs.

Il est très important que nous soyons présents là où les tendances se forment. Ainsi, nous allons renforcer notre présence sur les marchés en croissance comme l'Inde ou la Chine.

Enfin, nous souhaitons diversifier nos débouchés en visant des secteurs à fort potentiel de développement comme la logistique, la défense ou encore le secteur médical.

L.E : En résumé, nous souhaitons continuer à grandir sans perdre ce qui fait l’ADN de Cebi depuis 50 ans : l’innovation, la proximité avec les clients et la confiance accordée à nos collaborateurs.