



SEB ALLIANCE
10 FÊTE SES
ANS !

PORTRAITS
D'**HOMMES** ET
DE **FEMMES** QUI
FONT LE GROUPE

VOYAGEZ
DANS NOS
TERRI(S)TOIRES

INTERview

Thierry de La Tour d'Artaise,
Président-Directeur Général du Groupe SEB

ESG

4 Environnement, Social et Gouvernance

6 Stratégie d'investissements durables

#Histoire 1 : SEB Alliance, 10 ans d'investissements innovants

8 Actions engagées et citoyennes pour un monde durable

#Histoire 2 : Environnement et Social

10 Gouvernance : des instances stables et durables

#Histoire 3 : Le Groupe SEB en chiffres, Comité exécutif, Comité de direction

#Histoire 4 : Conseils d'administration, Comités

Marques

14 Des produits durables pour une consommation responsable

#Histoire 1 : Grand Public

#Histoire 2 : Premium

#Histoire 3 : Professionnel

#Histoire 4 : La boucle vertueuse de l'économie circulaire au cœur des innovations durables du Groupe SEB



INNOVATION

22 Zoom sur...

#Histoire 1 : X-Ô de Rowenta, plus rien ne le retient !

#Histoire 2 : Lagostina, 120 bougies pour une marque qui brille



Famille SEB

28 Portraits d'hommes et de femmes qui font le Groupe

#Histoire 1 : Evan Dash, fondateur et CEO de StoreBound

#Histoire 2 : Ingrid Tams, Responsable Environnement & Innocuité Produits

#Histoire 3 : Kay Paeng, Directrice Générale de Groupe SEB Corée

#Histoire 4 : Rénauld Delalin, Technicien de laboratoire

Terri(s)toires

34 Une présence mondiale

#Histoire 1 : Europe & autres pays EMEA

#Histoire 2 : L'Asie - Chine & autres pays d'Asie Pacifique

#Histoire 3 : Amérique du Nord & du Sud

Finance

42 Un modèle stratégique et pérenne pour une performance durable

#Histoire 1 : Performance financière

#Histoire 2 : Performance extra-financière

#Histoire 3 : Performance boursière

2021

RAPPORT D'ACTIVITÉ

Le rapport d'activité est une synthèse de l'activité de l'année passée et un point sur la situation financière de l'entreprise.

Avec cette nouvelle édition, le Groupe SEB innove ! Un format dynamique avec des informations à déguster tout au long des différents chapitres. L'occasion de refaire le tour des marques, de leur histoire et de leur actualité, mais également de découvrir les territoires sur lesquels le Groupe est implanté.

Le Groupe SEB est une entreprise responsable qui dure et s'inscrit dans la durée, que ce soit avec ses instances dirigeantes, ses investissements ou sa politique d'innovation produits et services. C'est le fil rouge de cette année : la durabilité.



LA STRATÉGIE DE NOTRE
GROUPE S'APPUIE SUR

5 VALEURS

Animés par les valeurs profondes léguées par nos fondateurs, nous nous attachons à respecter une philosophie d'entreprise fondée sur le sens de la responsabilité, la solidarité et l'engagement.

1. **Volonté** d'**ENTREPRENDRE**
2. **PASSION** pour l'*innovation*
3. **PROFESSIONNALISME**
4. *Respect* de la **PERSONNE**
5. **ESPRIT** de **GROUPE**

Interview.

THIERRY DE LA TOUR D'ARTAISE

Président-Directeur Général du Groupe SEB



Quel regard portez-vous sur l'année 2021 ?

Alors que nous pensions que la crise sanitaire était derrière nous, les incertitudes significatives concernant la sortie de cette crise inédite ont été un levier pour conduire et accélérer le changement, et le Groupe SEB a su démontrer sa résilience face à la crise.

L'année 2021 s'est achevée dans un contexte toujours marqué par la pandémie et restera certainement en mémoire comme une année de contraintes dans nos relations avec les autres, mais aussi de moments forts d'amitié, de solidarité et d'espoir.

Une chose est sûre, nous avons tous appris de cette crise et avons su faire face. Depuis plus de cent soixante ans, le Groupe a réussi à s'adapter et à tirer des bords pour éviter les obstacles, tout en gardant le cap fixé.

Son actionnariat familial pérenne et sa forte culture d'entreprise lui ont permis non seulement de traverser de nombreux défis, mais aussi de changer de dimension pour être aujourd'hui le leader mondial de son industrie.

Le Groupe SEB a annoncé une année record en 2021. Quel bilan faites-vous ?

L'année 2021 restera en effet dans la mémoire du Groupe SEB comme étant celle où nous avons réalisé une performance record avec un chiffre d'affaires dépassant pour la première fois les 8 milliards d'euros ! Toutes nos zones géographiques et nos lignes de produits ont contribué à cette croissance exceptionnelle.

LE GROUPE SEB CÉLÈBRE EN 2022 SES 165 ANS.

SEB VA BIEN, SEB EST FORT !

Notre activité Grand Public a bénéficié d'une demande soutenue des consommateurs, dont le comportement a évolué notamment

depuis la crise sanitaire, avec la notion de « cocoon économie », ou quand « la maison » devient une valeur refuge. Le Groupe conforte son leadership mondial en Petit Équipement Domestique avec un chiffre d'affaires de 7 431 M€, soit une progression de 16 % à tpc*.

L'activité Professionnelle a, quant à elle, bénéficié d'une reprise progressive à partir du second semestre de l'année pour atteindre 628 millions d'euros, en progression de 10,2 % à tpc, après un exercice 2020 difficile, marqué par l'arrêt quasi généralisé du secteur de l'hôtellerie-restauration.

Ce résultat – meilleur qu'anticipé et supérieur à 1 milliard d'euros – traduit toute la pertinence de notre modèle et d'un collectif puissamment engagé. Nous sommes fiers de ces résultats, poursuivant ainsi notre trajectoire de croissance forte et rentable et démontrant la robustesse et le dynamisme de notre modèle. SEB va bien, SEB est fort !

Quelle est la recette de ce succès ?

Sans hésitation, l'innovation. Notre stratégie n'a jamais été aussi offensive pour conquérir de nouveaux consommateurs en anticipant leurs besoins et les tendances de notre époque.

Nous avons continué à maintenir cette dynamique d'innovation produits, mais aussi à poursuivre nos activités de production, à conserver un lien de proximité avec nos clients et à assurer l'ensemble de la livraison de nos produits, malgré les contraintes. Mais nous ne nous sommes pas contentés de résister, nous avons mené nos projets avec ambition, constance et détermination, en nous appuyant sur nos collaborateurs engagés et mobilisés qui ont tous contribué à traverser cette crise.

Le Groupe a poursuivi avec détermination sa politique d'investissement et d'acquisition, en s'appuyant en particulier sur sa structure d'investissement SEB Alliance, qui fêtait ses 10 ans en 2021. Nous avons démarré l'année avec une prise de participation dans Chefclub, la marque foodtech qui a connu la plus forte progression au monde sur les réseaux sociaux. En adéquation avec nos enga-

gements en matière de réparabilité, nous avons également investi dans Back Market, la place de marché leader dédiée aux produits

reconditionnés, et renforcé notre présence en Afrique avec la signature d'une *joint-venture* avec la société marocaine Preciber.

Cette année 2021, hors du commun à tout point de vue, a démontré la force du collectif et l'engagement incroyable des collaborateurs du Groupe SEB, qui ont fait preuve de beaucoup d'agilité et de détermination. Nous remercions enfin l'ensemble de nos parties prenantes et actionnaires, qui nous ont fait confiance tout au long de l'année.

Que peut-on vous souhaiter pour 2022 ?

L'année 2022 démarre sur l'espoir d'en finir réellement avec la pandémie, mais aussi malheureusement avec de nouvelles inquiétudes.

La santé et la sécurité de nos collaborateurs a toujours été et restera au premier plan.

Le Groupe SEB est profondément préoccupé par la situation en Ukraine et se tient aux côtés de ses équipes et de leur famille pour les aider face à la situation. Le Groupe s'est également mobilisé, souhaitant contribuer à l'élan de solidarité internationale, cherchant des moyens d'aider et de soutenir la population ukrainienne. Il a décidé de contribuer aux efforts humanitaires pour apporter aide et soutien aux réfugiés ukrainiens ; le Groupe SEB a fait un premier don de 500 000 euros en numéraire. Nous avons également fait des dons sur le terrain de fournitures sanitaires et médicales – dont 75 respirateurs MakAir à la demande du gouvernement ukrainien –, et nous ne nous arrêterons pas là.

Il va nous falloir une nouvelle fois faire preuve de résilience, tout en continuant d'avancer pour traverser cette période incertaine.

Enfin, le Groupe SEB célèbre en 2022 ses 165 ans. Alors plus que jamais, restons soudés et mobilisés pour continuer notre belle histoire ensemble ! SEB, SEBO, SEBON, c'est bien. Ce slogan n'a pas pris une ride. Preuve que pour pouvoir s'inscrire dans le temps et la durée, il est bon de se reposer sur nos fondamentaux.

* Taux de change et périmètre constants.

T de la d l

E*environnement* **S***ocial* **G***ouvernance*



PRINCIPE

Dans un monde en perpétuel changement, face aux attentes grandissantes des parties prenantes (consommateurs, investisseurs, collaborateurs, clients...) de voir les entreprises et les marques s'engager fortement en faveur de l'environnement et de la société dans son ensemble, le Groupe SEB s'est fixé très tôt des objectifs clairs, ambitieux et chiffrés en matière environnementale, sociale et de gouvernance (ESG).



ENJEUX

Aujourd'hui, l'attention accordée aux facteurs ESG et donc au caractère « responsable » d'une entreprise est devenue une norme, que les différentes crises auxquelles le Groupe SEB a été confronté n'a fait qu'accélérer. Les actions concrètes déployées par le Groupe partout dans le monde s'inscrivent dans une stratégie globale basée sur les quatre piliers de la politique en matière de développement durable intitulée *Act for sustainable livings* : Respect des personnes, Innovation durable, Révolution circulaire et Agir pour le climat.

OBJECTIFS

Sur la base de ces quatre piliers, le Groupe SEB a développé une démarche éthique (achats responsables, code éthique), économiquement rentable avec des innovations durables (produits au design inclusif, favorisant le fait-maison et l'alimentation saine et durable, etc.), socialement équitable (partenariats historiques avec l'ESS et les entreprises d'insertion) et écologiquement responsable avec des engagements pionniers et de long terme en matière d'économie circulaire (réparabilité, matériaux recyclés, location, seconde main) et de politique bas carbone (éco-conception, éco-production, éco-logistique).

SEB Alliance

10 ans d'INVESTISSEMENTS innovants



C'est en 2011 que le Groupe SEB a créé sa société d'investissement SEB Alliance. L'objectif de ce fonds de corporate venture capital est double : soutenir et accompagner des start-up de façon durable et servir d'outil de veille et d'accélérateur de la stratégie d'innovation du Groupe SEB.

Grâce à des prises de participations minoritaires, à des stades de développement des start-up allant de l'amorçage au capital croissance/développement, SEB Alliance a ainsi accès à de nouvelles technologies, de nouveaux modèles d'affaires ou de nouvelles catégories et expertises. Le fonds travaille ensuite en synergie avec les start-up pour les accompagner au-delà de l'investissement financier.

Les domaines d'investissement sont en cohérence avec les axes d'innovation du Groupe SEB :

- **le digital** : habitat connecté, applications, Internet des objets, intelligence artificielle et robotique ;
- **le bien-être** : bien vivre, bien manger et bien vieillir ;
- **les transitions sociétales et environnementales** : mobilité douce, seconde main.

En complément, SEB Alliance réalise également des investissements indirects dans des fonds de venture capital qui lui apportent une visibilité sur de nombreuses thématiques d'innovation et lui donnent accès à un réseau élargi d'opportunités d'investissements et de co-investissements.

Un fonds précurseur avec une vision à long terme

En 2011, le Groupe SEB a été l'un des précurseurs dans le développement des fonds corporate venture en France. Dès le

3 principaux secteurs cibles

Digital, bien-être et transitions sociétales et environnementales

Près de **150** M€

engagés dans **20** start-up

et plus de

10 fonds partenaires

début, la volonté était d'inscrire sa stratégie d'investissement sur le long terme en accompagnant les start-up au moment clé de leur développement, de l'amorçage technologique et industriel au capital développement. SEB Alliance est ainsi un partenaire durable dans sa capacité d'accompagnement, au-delà de l'aspect financier, en mettant à profit son expertise industrielle et technologique, sa connaissance des consommateurs et de la vente.

SEB Alliance ambitionne de doubler la taille de son fonds d'ici 2025, en passant ainsi de 150 millions d'euros d'investissements à près de 300 millions d'euros.

10 ans *temps forts*

2011
Création de SEB Alliance

2012
ALKEMICS
Gestion des données fournisseurs pour le secteur de la distribution alimentaire (devient **Salsify** en 2021)

2013
Ethera

Mesure et traitement de l'air intérieur et extérieur. Aujourd'hui, société du Groupe SEB et partenaire stratégique de la marque **Rowenta** depuis sept ans.



2014
FEELIGREEN
DERMO INNOVATION
Applications de cosmétiques thérapeutiques

LA PAROLE À...

THOMAS LANG
PRÉSIDENT ET
CO-FONDATEUR
DE CHEFCLUB

“Nous apprécions la volonté constante d’innover et la fluidité de la communication.”

Nous sommes très heureux de la relation que nous tissons avec le Groupe SEB. Malgré la taille du Groupe et son leadership dans le monde, c’est toujours l’envie d’apprendre, l’humilité et la bienveillance qui caractérisent les équipes ! Nous apprécions bien-sûr la volonté constante d’innover et nous avons différentes initiatives communes que nous sommes impatients de développer. Ce n’est pourtant pas trivial, pour qu’une start-up se développe efficacement avec un partenaire industriel, la fluidité de la communication au travers des nombreuses équipes est un facteur clé et nous avons la chance de bénéficier de beaucoup de soutien en ce sens.



Chefclub
by Tefal

Production et diffusion
de contenus culinaires



2021



2015

seniorA dom
"Where chat can, it's not so hard to make"

Solutions domotiques de maintien
à domicile pour les personnes âgées



2018

Click&Grow

Agriculture urbaine d'intérieur

BackMarket

Place de marché dédiée
aux produits reconditionnés

ieva

Acteur de la beauté
connectée

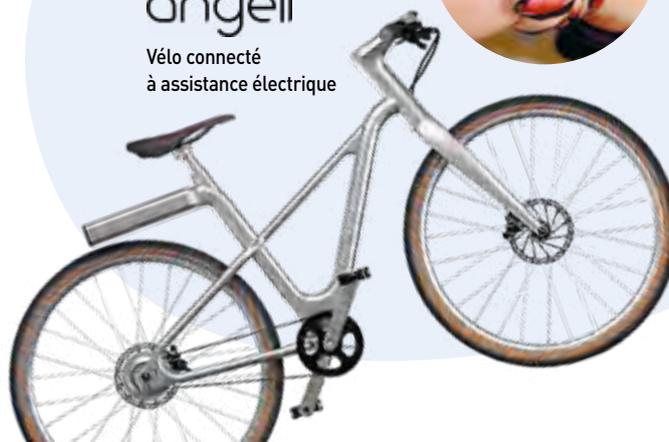
CASTALIE

Fontaines à eau microfiltrée
pour les entreprises

2020

angell

Vélo connecté
à assistance électrique



ACTIONS

engagées et citoyennes

Conscient des enjeux de demain, le Groupe SEB fait de la durabilité un levier de performance sur le long terme. Partout dans le monde, le Groupe s'engage fortement en faveur de l'environnement et de la société dans son ensemble et **s'est fixé très tôt des objectifs clairs et chiffrés** en matière environnementale, sociale et de gouvernance (ESG).

ENGAGEMENT AVEC ACT4NATURE INTERNATIONAL

Le Groupe SEB a rejoint l'alliance Act4Nature International et fait ainsi partie des entreprises qui ont rendu leurs engagements publics pour la préservation de la biodiversité. Le Groupe s'est fixé des objectifs quantifiés, ambitieux et séquencés articulés autour de quatre priorités à un horizon proche (2022 à 2030 suivant les sujets) ainsi que des objectifs volontaristes pour 2023.



26 projets

soutenus par le Fonds Groupe SEB en 2021

-22%

d'intensité carbone
pour nos usines
(scopes 1 et 2)
entre 2016 et 2021

DESTINATION L'INDE POUR LE RESPIRATEUR ARTIFICIEL

MAKAIR MADE IN VERNON

Partie prenante du projet MakAir dès son lancement par un collectif nantais en début de pandémie, le Groupe SEB a participé à la fabrication de respirateurs artificiels grâce à la mobilisation des équipes du site de Vernon, dans l'Eure. Une centaine de machines ont été envoyées en Inde pour soutenir les besoins des médecins. Ces modèles sont robustes et simples d'usage pour maximiser leur utilisation.



Le site industriel de Saint-Lô (50), Centre de Développement Électronique du Groupe SEB, a fêté ses



SITE DE SAINT-LÔ



15 ANS RÉPARABLE au juste prix

Avec plus de 400 millions de produits vendus par an dans le monde, le Groupe a conscience de l'enjeu de limiter au maximum l'impact de ses produits sur l'environnement tout au long de leur cycle de vie. Il s'engage ainsi au travers d'une approche éthique, à la fois économiquement rentable, socialement équitable et écologiquement responsable, en étendant la réparabilité de ses produits à quinze ans.

8 millions

de pièces détachées en stock à Faucogney-et-la-Mer et Hong Kong

CHARITY WEEK
Forte mobilisation de nos salariés

Pour la 7^e année consécutive et pendant deux semaines, 42 pays et 74 sites du Groupe SEB ont pu participer à différentes actions solidaires et/ou s'investir auprès d'une association : collectes (nourriture, jouets, vêtements, appareils électroménagers...), participation à des ateliers solidaires (simulation d'entretien d'embauche, rénovation d'une cafétéria pour enfants, activités culinaires) ou encore à des défis sportifs.



La transmission à l'honneur

THIERRY DE LA TOUR D'ARTAISE A REÇU LE PRIX LÉONARD DE VINCI

de l'association des Hénokiens, qui regroupe des entreprises familiales bicentenaires du monde entier, et du château du Clos Lucé, dernière demeure de Léonard de Vinci. Ce prix met à l'honneur la capacité du Groupe à transmettre aux générations futures un ensemble de valeurs culturelles et de savoir-faire qui constituent un patrimoine intangible et vivant.



ARNO & ROCHEDO FONDATION

Cette Fondation, la 3^e du Groupe SEB après la France et la Colombie, a pour objectif d'accompagner les populations défavorisées en s'appuyant sur trois principaux piliers : la promotion de l'éducation, la citoyenneté et l'inclusion sociale à travers la gastronomie. Déjà un premier plan d'action concret : quatre bourses d'études pour des jeunes apprentis et la subvention d'une année de formation qualifiante Gastromotiva pour 50 personnes, majoritairement issues de la rue.



INAUGURATION DE RÉPARESEB À PARIS

Thierry de La Tour d'Artaise a inauguré RépareSeb, le premier centre parisien de la réparation collaborative, de l'économie circulaire et de l'insertion professionnelle. Cet espace de 900 m² est le fruit d'une *joint-venture* sociale entre le Groupe SEB et le Groupe ARES. RépareSeb vise, à terme, l'accompagnement d'une vingtaine de salariés en insertion professionnelle par an – pour travailler à la réparation et à la remise en état des produits du Groupe – et propose également la location de PEM (petit électroménager).



LE GROUPE SEB

en chiffres

Chiffre d'affaires
/ Ventes 2021

8 059 M€

+ 15,5 % à tpc*

* Taux de change et périmètre constants

ROPA

813 M€

Résultat_{net}

454 M€

Présence
dans près de

150 pays

40 sites
industriels

Investissements
innovation

266 M€

1 300 magasins
en propre

33 000

collaborateurs

417 millions
de produits commercialisés
chaque année

31 marques

13 produits
vendus chaque seconde
dans le monde

GOVERNANCE



THIERRY DE LA TOUR D'ARTAISE
Président-Directeur Général



STANISLAS DE GRAMONT
Directeur Général Délégué



NATHALIE LOMON
Directrice Générale Finances,
Directrice Générale Adjointe
du Groupe



DELPHINE SEGURA VAYLET
Directrice Générale Ressources
Humaines, Directrice Générale
Adjointe du Groupe



PHILIPPE SCHAILÉE
Directeur Général Adjoint
en charge des Produits
et de l'Innovation



CYRIL BUXTORF
Directeur Général
EMEA



PIERRE-ARMAND LEMOINE
Directeur Général
Articles Culinaires



ALAIN LEROY
Directeur Général
Industrie



OLIVIER NACCACHE
Directeur Général
Petit Électroménager



CATHY PIANON
Directrice Générale, Affaires
Publiques et Communication,
Directrice du cabinet du PDG



OLIVER KASTALIO
Directeur Général
WMF



VINCENT ROUILLER
Directeur Général
Recherche



PHILIPPE SUMEIRE
Directeur Général Juridique,
Secrétaire du Conseil
d'administration



VINCENT TAI
Directeur Général
Asie



MARTIN ZOUHAR
Directeur Général
SEB Professionnel

15
membres

Membres du Comité
de Direction Générale

COMITÉ DE DIRECTION GÉNÉRALE

En charge de l'exécution de la stratégie arrêtée par le Conseil d'administration, le Comité de Direction Générale (CDG) définit les grandes orientations du Groupe.

COMITÉ EXÉCUTIF

Le Comité exécutif (COMEX) assure la mise en œuvre des politiques définies par le CDG, globalement et dans leurs périmètres respectifs.

Conseil d'administration



THIERRY DE LA TOUR D'ARTAISE
Président-Directeur Général



DELPHINE BERTRAND
Administratrice, membre du Groupe Fondateur, adhérent à FÉDÉRACTIVE



NORA BEY
Administratrice représentant les salariés



VENELLE INVESTISSEMENT
Administrateur, membre du Groupe Fondateur
DAMARYS BRAIDA
Représentante permanente de VENELLE INVESTISSEMENT au Conseil d'administration



GÉNÉRACTION
Administrateur, membre du Groupe Fondateur
CAROLINE CHEVALLEY
Représentante permanente de GÉNÉRACTION au Conseil d'administration



YSEULYS COSTES
Administratrice indépendante



JEAN-PIERRE DUPRIEU
Administrateur indépendant



PEUGEOT INVEST ASSETS
Administrateur indépendant
BERTRAND FINET
Représentant permanent de Peugeot Invest Assets au Conseil d'administration



BRIGITTE FORESTIER
Administratrice représentant les salariés actionnaires



WILLIAM GAIRARD
Administrateur, membre du Groupe Fondateur, adhérent à VENELLE INVESTISSEMENT



LAURENT HENRY
Administrateur représentant les salariés



JEAN-NOËL LABROUE
Administrateur indépendant



JÉRÔME LESCURE
Administrateur, membre du Groupe Fondateur, adhérent à VENELLE INVESTISSEMENT



THIERRY LESCURE
Administrateur, membre du Groupe Fondateur, adhérent à GÉNÉRACTION



AUDE DE VASSART
Administratrice, membre du Groupe Fondateur, adhérent à VENELLE INVESTISSEMENT



FONDS STRATÉGIQUE DE PARTICIPATIONS (FSP)
Administrateur indépendant
CATHERINE POURRE
Représentante permanente du FSP au Conseil d'administration

● Membre du Comité audit et conformité ● Membre du Comité gouvernance et rémunérations
● Administrateurs familiaux ● Administrateurs indépendants ● Administrateurs salariés

16
membres

38 %
d'indépendants

46 %
de femmes

9
réunions en 2021

99 %
d'assiduité

COMITÉ *audit et conformité*

5 réunions en 2021, **100 %** de taux de participation

Ce Comité identifie, traite et évalue les principaux risques encourus par le Groupe. Il intervient également sur la pertinence des méthodes comptables utilisées pour arrêter les comptes annuels et semestriels. Le Comité évalue les systèmes de contrôle interne

du Groupe et examine les plans d'interventions et d'actions dans le domaine de l'Audit interne et leurs résultats. Enfin, le Comité audit et conformité participe à la préparation du choix du collège des Commissaires aux comptes et veille à leur indépendance.

COMITÉ *gouvernance et rémunérations*

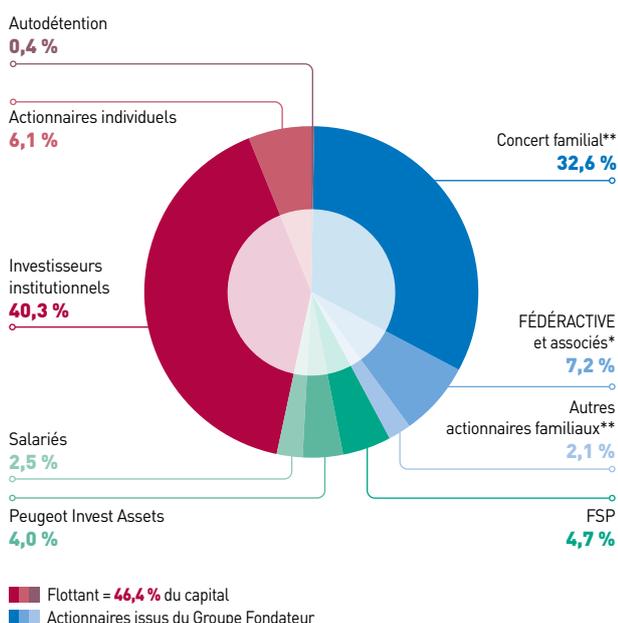
7 réunions en 2021, **100 %** de taux de participation

Ce Comité fait des recommandations sur la composition du Conseil d'administration, la nomination ou le renouvellement des administrateurs, l'organisation et les structures du Groupe. Il assure le suivi des plans de succession et propose la politique de rémunération des mandataires sociaux et des principaux cadres dirigeants

ainsi que la mise en place et les modalités de plan d'achat d'actions et d'actions gratuites. Ce Comité donne également son avis sur les questions de gouvernance ou d'éthique et intervient sur la politique RSE du Groupe (analyse des enjeux, revue des actions et des principaux indicateurs de performance extra-financière).

RÉPARTITION *du capital* AU 31/12/2021

55,3 M D' ACTIONS (EN % DE CAPITAL AGE)

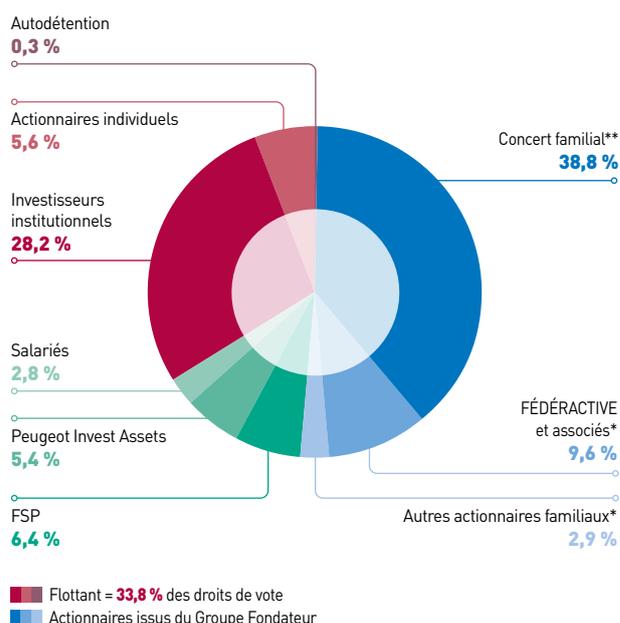


* Actionnaires du Groupe Fondateur

** Actionnaires issus du Groupe Fondateur poursuivant l'action de concert initiale (Pacte du 27/02/2019) incluant VENELLE INVESTISSEMENT, GÉNÉRACTION, HRC et d'autres actionnaires familiaux

RÉPARTITION *des droits de vote* AU 31/12/2021

82,1 M DE VOTES (THÉORIQUES EN AGE)



* Actionnaires issus du Groupe Fondateur

** Actionnaires issus du Groupe Fondateur poursuivant l'action de concert initiale (Pacte du 27/02/2019) incluant VENELLE INVESTISSEMENT, GÉNÉRACTION, HRC et d'autres actionnaires familiaux

MARQUES

PRINCIPE

Le Groupe SEB met en œuvre une stratégie multimarques qui lui permet de s'inscrire durablement dans des marchés mondiaux et locaux, au plus proche des consommateurs. Il s'appuie sur un portefeuille de plus de 30 marques, enrichi à l'aide de nombreuses acquisitions externes et qui lui confère un avantage compétitif décisif. En effet, la cohérence et les synergies possibles entre les marques et leurs produits permettent d'être accessibles au plus grand nombre de consommateurs, partout dans le monde.



ENJEUX

Cette stratégie « glocale », à la fois mondiale et locale, permet de répondre de façon optimale et adaptée aux attentes multiples des consommateurs du monde entier, dont les classes moyennes accèdent de plus en plus aux équipements domestiques. Avec l'acquisition de WMF en 2016, le Groupe SEB a renforcé sa présence sur le segment du haut de gamme, ouvrant ainsi les portes du marché professionnel. Cette implantation multimarques permet de générer une croissance profitable pour chacune des catégories de produits, tout en restant compétitif, au plus proche des consommateurs.



Histoire des marques

OBJECTIFS

Les marques patrimoniales et iconiques du Groupe SEB bénéficient d'un affect particulier, que ce soient les marques internationales ou régionales, propres à chaque région du monde, car elles se transmettent souvent de génération en génération. Tout en restant fidèle aux valeurs de chaque marque, le Groupe innove en permanence pour élargir l'offre produits, et œuvre à l'amélioration constante de ceux-ci, mais aussi au développement des exportations afin de faire bénéficier les consommateurs de nouveaux services ou de nouveaux modes de consommation, toujours dans l'optique de faciliter le quotidien.



Grand PUBLIC

Les ventes 2021 ont très largement été portées par la dynamique remarquable de l'activité Grand Public, qui a vu ses ventes progresser de 16,7 % par rapport à 2020.



39 %

des ventes en ligne dans le monde

CRÉATION DU LABEL ECODESIGN et lancement de la première gamme fabriquée à Lourdes

Pour valoriser l'ensemble de sa démarche d'éco-conception initiée en 2003, le Groupe SEB a créé son propre label « ECODESIGN », qui offre une information directe aux consommateurs, basé sur cinq critères d'éco-conception :

- des matériaux à plus faible impact environnemental ;
- une meilleure efficacité énergétique ;
- des produits conçus pour durer et pour être réparés ;
- des produits toujours plus recyclables ;
- des emballages à moindre impact environnemental.



Une gamme complète de produits pour la préparation culinaire Moulinex-Tefal a été lancée à l'automne 2021. Dotés d'un design épuré et intuitif, les produits sont composés jusqu'à 65 % de plastique recyclé (permettant de réduire jusqu'à 70 % l'impact CO₂ par rapport à un plastique vierge) et recyclables jusqu'à 95 %. La gamme est fabriquée à Lourdes pour l'ensemble du marché européen.

51^e magasin

ouvert au Japon

LE GROUPE

1857

1944

1953

1968

en DATES

Création de l'atelier de ferblanterie à Selongey

L'entreprise devient la **S.E.B.** (Société d'Emboutissage de Bourgogne)

Lancement de la **Super Cocotte** SEB à l'origine du Groupe SEB et de son essor

Acquisition de **Tefal** (France)





75 millions

de Cocotte-Minute® fabriquées à Selongey

INCLUDÉO

Première gamme au design inclusif

Plus maniables, plus faciles d'utilisation et plus visibles, les différents produits de la gamme petit-déjeuner de Tefal sont l'illustration du *Good Design Playbook* réalisé par le Groupe SEB et APF France. Pour s'adresser au plus grand nombre, cela se traduit concrètement par un jeu de contraste sur les couleurs, des boutons plus larges, des indicateurs plus grands et des poignées plus ergonomiques... Sans rogner sur le design !



UNE INTERFACE DIGITALE TRANSGÉNÉRATIONNELLE POUR LES CUISEURS À RIZ SUPOR

Un nouveau bouton rejoint l'interface digitale des cuiseurs à riz Supor, permettant ainsi de permuter du mode « commun » au mode « senior ». En un clic, l'affichage des commandes est simplifié et la couleur passe de l'orange au bleu afin d'ajouter du contraste pour faciliter la lecture. Des petits-enfants aux grands-parents, tous les membres d'une même famille peuvent ainsi utiliser les cuiseurs à riz.



DES SÈCHE-CHEVEUX économes en énergie

Les sèche-cheveux consomment traditionnellement beaucoup d'énergie. Ils ont donc été parmi les premiers produits sur lesquels le Groupe SEB a travaillé pour en améliorer l'efficacité énergétique. En 2021, les sèche-cheveux Effiwatts ont obtenu la labellisation « Solar Impulse – Efficient Solution » de la fondation « Solar Impulse », remis par un comité d'experts après un processus strict qui récompense des solutions éco-responsables et profitables économiquement.



PLUS DE LÉGÈRETÉ EN CUISINE AVEC LA GAMME T-FAL EASY FRY & GRILL

La nouvelle gamme Easy Fry & Grill permet de cuisiner rapidement des aliments croustillants, croquants et frits avec toujours moins de matières grasses. Cuisiner plus sain et gourmand est possible grâce à la technologie de cuisson à air chaud et à une taille de bol capable de nourrir toute la famille. T-fal Easy Fry Grill & Steam a par ailleurs reçu un très bon accueil du public qui l'a élu « Best New Product ».

1972

Acquisition de **Calor** (France)



1973

Constitution juridique du Groupe SEB

1975

Introduction de l'action SEB à la Bourse de Paris

1988

Acquisition de **Rowenta** (Allemagne)



1997

Acquisition d'**Arno** (Brésil)



1998

Acquisition de **Volmo** (Colombie)



...

Premium

All-Clad, Krampouz, Lagostina, Silit ou encore WMF, les marques Premium du Groupe SEB développent des produits qui rendent chaque moment unique. Ils s'adressent aux consommateurs à la recherche de la perfection et obéissent à des critères spécifiques (design, positionnement, circuit de commercialisation, etc.) reflétant leur identité et leurs valeurs. On y retrouve un côté artisanal, un savoir-faire unique pour obtenir la meilleure qualité possible des produits.

LA BILLIG DE KRAMPOUZ *entre à l'Élysée pour fêter ses 40 ans*

La Billig, véritable crêpière traditionnelle à destination du grand public et emblème de la cuisine conviviale bretonne, est devenue un produit incontournable de la marque Krampouz depuis son lancement en 1981. Depuis quarante ans, la Billig est reconnue pour sa robustesse et son efficacité. Elle représente à elle seule le savoir-faire breton, pays des crêpes et galettes, qui se transmet de génération en génération pour reproduire le bon tour de main.

La Billig est depuis toujours conçue et fabriquée en France et plus précisément à Pluguffan, en Bretagne. Elle a ainsi été sélectionnée parmi 126 autres produits pour être exposée à l'Élysée en juillet 2021. Pour marquer l'événement, Jean Imbert, chef français et amoureux inconditionnel de la Bretagne, a été l'ambassadeur de la marque et a appris comment faire de bonnes crêpes « kraz », croustillantes, ou « soupic », souples, avec l'aide de Monique, véritable experte qui a réalisé toute sa carrière chez Krampouz et notamment à l'export international.



Plus de
400
brevets

déposés en 2021

266 M€
d'investissements dans l'innovation



...

2001

Reprise partielle de
Moulinex/Krups
(France/Allemagne)



2004

Acquisition
d'**All-Clad**
(États-Unis)



2005

Acquisition de **Lagostina**
et de **Panex**
(Italie, Brésil)



2006

Acquisition de
Mirro WearEver
(États-Unis)



2007

Prise de participation
majoritaire dans **Supor**
(Chine)





Emozione

La nouvelle gamme tendance de Lagostina

Avec cette nouvelle gamme « Emozione », Lagostina laisse place à l'émotion en cuisine et rend encore un peu plus accessible la cuisine de qualité et le savoir-faire italien. Avec son design signature en acier inoxydable, l'insert en bois de cerisier qui porte le nom du produit et le fond Lagotherm®, tous les ingrédients sont réunis pour un résultat de haute qualité et une expérience de cuisine optimale « made in Italie ». L'ensemble de la gamme – risottiera, pastiola, zuppiera et salta pasta – est garanti vingt-cinq ans.

Pour le lancement, Lagostina a collaboré avec le chef étoilé italien Simone Zanoni, aux fourneaux du George, le restaurant méditerranéen du Four Seasons Hotel George V à Paris. Il partage avec Lagostina son amour du détail, de la cuisine conviviale, et célèbre ainsi son Italie natale avec des produits élégants et de qualité.



ALL-CLAD FÊTE 50 ANS D'HISTOIRE !

En 1971, John Ulam, métallurgiste et amateur de cuisine, a décidé de combiner ses deux passions pour créer des ustensiles de cuisine à partir de plusieurs couches d'acier inoxydable et d'aluminium. Installé à Canonsburg (Pennsylvanie), l'un des centres américains de la métallurgie, All-Clad continue d'innover depuis cinquante ans, tout en conservant son savoir-faire artisanal et en s'appuyant également sur des technologies existantes dans le Groupe SEB, depuis son rachat en 2004.

Cette année anniversaire a été marquée par de nombreuses célébrations virtuelles autour de chefs ambassadeurs qui ont fait découvrir des plats régionaux et mis en avant les grandes qualités des produits All-Clad : cuisson uniforme, facilité de nettoyage et qui dure dans le temps sans se ternir ou se déformer.

Près de

1,5 millions

d'ustensiles de cuisine produits à Canonsburg



AU JAPON, WMF FAIT LE BUZZ AVEC SA GAMME

FUSIONTEC MINERAL

Le marché des articles culinaires premium étant très concurrentiel au Japon, WMF a lancé une campagne d'influence inédite autour de sa gamme « Fusiontec Mineral » au moment de la commercialisation du « Multipot », une minicocotte polyvalente. Ainsi, Makiko Takizawa, l'une des mannequins les plus populaires du pays et passionnée de cuisine, a collaboré avec la marque pour promouvoir les produits : fabrication à partir de 20 minerais différents grâce au savoir-faire allemand, résultat de cuisson de haute qualité, design élégant et durabilité.

Résultat : les produits utilisés par Makiko dans ses vidéos ont été pris d'assaut dans les magasins ou sur les sites de vente en ligne !



AUDIENCÉ RÉALISÉE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX POUR BOOSTER LES VENTES

Instagram : 2 posts pour 1,16 millions de personnes atteintes par le contenu
YouTube : 2 vidéos pour plus de 561 000 vues

2011

Acquisition d'**Imusa** et d'**AsiaFan** (Colombie, Vietnam)
Prise de participation majoritaire dans **Maharaja Whiteline** (Inde)
Création du fonds d'investissements SEB Alliance



2015

Acquisition d'**OBH Nordica** (Suède)



2016

Acquisition d'**EMSA** et de **WMF** (Allemagne)



2017

Acquisition de **Swizz Prozz** (Suisse)



Professionnel

Après une année 2020 marquée par l'arrêt quasi généralisé du secteur de l'hôtellerie-restauration du fait de la crise sanitaire, l'activité professionnelle retrouve une dynamique positive en 2021 en progression de 10,2 %. Tour d'horizon de l'actualité de nos marques professionnelles.



UNE SECONDE VIE À L'ARGENTERIE

Depuis 1863, HEPP développe des ustensiles de service en argenterie pour les grands restaurants et l'hôtellerie de luxe. L'utilisation quotidienne de ces produits peut laisser des traces malgré leur grande qualité. Ainsi, HEPP propose un service « réparation et entretien » chargé de donner une seconde vie à l'argenterie grâce aux experts des ateliers de la marque : polissage, refixation des anses, gravure, etc.

WMF LA PUISSANCE EN TOUTE DISCRÉTION

La famille des machines à café professionnelles WMF s'agrandit avec la version 1 300 S qui se démarque par sa fiabilité, sa robustesse et des performances exceptionnelles. Pouvant réaliser jusqu'à 120 cafés par jour, avec un broyage silencieux de divers types de grains, la 1 300 S propose également un mode économie d'énergie. Elle nécessite peu d'entretien avec une facilité d'accès des composants internes.



WILBUR CURTIS *fête ses 80 ans !*

Wilbur Curtis, société californienne rachetée en 2019 par le Groupe SEB, a fêté ses 80 ans ! À l'origine de la marque, la volonté de créer la tasse de café parfaite. Curtis s'est ensuite rapidement forgé une réputation d'excellence dans la fabrication d'équipements de préparation du café. Axée sur l'innovation et le savoir-faire, la gamme ne cesse de s'étoffer : machines à café professionnelles, systèmes d'infusion de thé glacé et distributeurs de boissons spécialisés.



...

2018

Regroupement avec **Zahran** et acquisition de **750g International** (Égypte) 🇪🇬

2019

Acquisition de **Wilbur Curtis** et de **Krampouz** (États-Unis, France) 🇺🇸 🇫🇷

2020

Partenaire industriel exclusif de la société **Angell** et prise de participation majoritaire dans **StoreBound**, dont **Dash** (France, États-Unis)
Investissement de SEB Alliance dans **Castalie** et **IEVA** 🇫🇷 🇺🇸

2021

Prise de participation minoritaire de SEB Alliance dans **Chefclub** et participation indirecte dans **Back Market** (France) 🇫🇷
Acquisition de **Precima** (Maroc) 🇲🇦

La boucle vertueuse de l'économie circulaire

AU CŒUR DES INNOVATIONS DURABLES DU GROUPE SEB

Le Groupe SEB s'est engagé depuis de nombreuses années vers un modèle économique circulaire en repensant ses modes de production et de commercialisation, face à l'épuisement des ressources naturelles et à l'augmentation constante des déchets. Avec 13 produits vendus par seconde dans le monde, le Groupe SEB a la responsabilité de proposer des produits conçus pour durer, être réparables, recyclables et fabriqués à partir de matières recyclées.

Le savoir-faire industriel ainsi que la maîtrise du développement et de la fabrication des produits permettent une politique offensive en jouant sur plusieurs leviers pour économiser les ressources de la planète :

- prolonger la durée de vie et le réemploi des produits ;
- favoriser le recyclage et l'utilisation de matériaux recyclés ;
- donner plusieurs vies aux produits et à leurs composants ;
- expérimenter l'usage mutualisé de nos produits (location).

Éco-conception

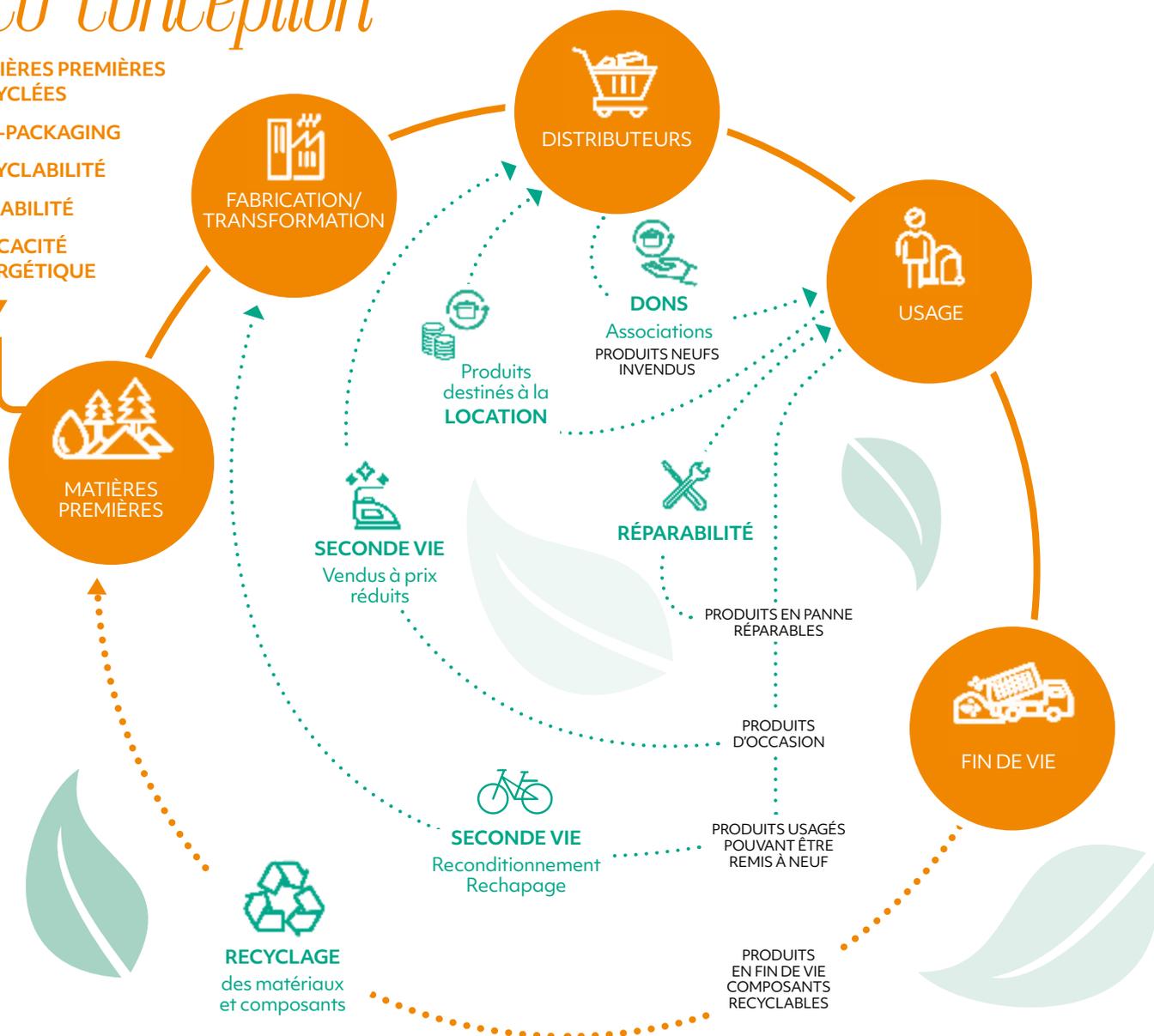
MATIÈRES PREMIÈRES
RECYCLÉES

ÉCO-PACKAGING

RECYCLABILITÉ

DURABILITÉ

EFFICACITÉ
ÉNERGÉTIQUE



INNOV

PRINCIPE

Pour le Groupe SEB, l'innovation s'intègre dans un cercle vertueux : source de progrès, de satisfaction et d'engagement pour les consommateurs, elle est aussi créatrice de valeur pour les clients distributeurs et permet de générer une croissance rentable afin de continuer d'investir dans de nouvelles innovations. L'héritage de chaque marque et leur savoir-faire ancestral permet d'inscrire ces nouvelles innovations dans une démarche globale d'amélioration continue.

PRODUIT

ENJEUX

La stratégie d'innovation du Groupe SEB suit une démarche raisonnée de création de l'offre produits, en résonance avec sa mission de faciliter la vie quotidienne des consommateurs. Chaque lancement produit est le fruit d'une écoute des consommateurs et d'une analyse de leurs attentes. Ces réflexions sont également basées sur les grandes tendances sociétales en lien avec le développement durable : utilisation de matériaux recyclés, recyclabilité, réparabilité, etc.



ATTION



OBJECTIFS

Le Groupe SEB développe en permanence des innovations continues ou des innovations de rupture, englobant aussi bien des concepts inédits, des nouvelles fonctionnalités ou des trouvailles astucieuses. Tout cela s'inscrit dans un écosystème global de produits et services associés comme la digitalisation et la connectivité des appareils. En explorant les tendances du marché, le Groupe SEB vise l'innovation pertinente : le bon produit, au bon endroit et au bon moment.

MARQUE

Nouvel aspirateur

X-Ô de Rowenta

plus rien ne le retient !



En septembre 2021, Rowenta a dévoilé sa vision de l'aspirateur du futur. En rupture avec les précédentes innovations du secteur, le X-Ô a été pensé pour transformer le marché et les usages de l'entretien de la maison.

Le marché de l'entretien des sols est porté par de nouvelles préoccupations en lien avec la crise sanitaire et l'envie de se sentir bien chez soi sans pour autant que cela soit une corvée. C'est avec cette ambition que les équipes de Rowenta ont réfléchi depuis plus de trois ans et déposé pas moins de neuf brevets pour le développement d'un tout nouveau produit encore jamais vu sur le marché ! D'abord lancé sur le marché français en octobre 2021, le X-Ô sera proposé dans l'ensemble des pays d'Europe où le Groupe est implanté tout au long de l'année 2022.

Une expérience d'aspiration réinventée sans compromis entre design et technologie

Premier aspirateur traîneau sans fil du marché, le X-Ô de Rowenta combine le meilleur des deux mondes : puissance de l'aspirateur traîneau et maniabilité de l'aspirateur sans fil ! Mais l'équation ne s'arrête pas là... Il est aussi très silencieux et agile grâce notamment à sa légèreté.



DATES CLÉS

ROWENTA

1974

Rowenta lance ses premiers aspirateurs

1997

Aspirateur compact Dymbo avec tête Delta

2000

Aspirateur sans sac Infinium

3 années de recherche et développement

100% réparable

54 roulettes latérales pour

360° de mobilité

1h30 à 2h40 d'autonomie (selon modèle)



Le fruit d'un **SAVOIR-FAIRE FRANÇAIS**

Le X-Ô est entièrement conçu et assemblé en France grâce à l'étroite collaboration entre les différents talents du Groupe SEB : experts métier, ingénieurs, designers, etc. Pour le Groupe SEB, fabriquer en France, c'est la volonté de stopper la désindustrialisation et de participer à la redynamisation du marché français, mais c'est également l'assurance d'une traçabilité et surtout d'un savoir-faire reconnu. Ce nouvel aspirateur sans fil est un pur produit « made in France » et plus exactement « made in Vernon », l'un des 11 sites industriels du Groupe SEB en France. Située dans l'Eure, cette usine emploie plus de 200 salariés qui participent à l'ancrage territorial du Groupe et au savoir-faire industriel français. Bénéficiant de cette maîtrise et d'une communauté SEB de 1 000 experts, Rowenta travaille aux futures innovations pour répondre jour après jour aux besoins en matière d'entretien des sols.



PUISSANT

X-Ô dispose d'une puissance d'aspiration de 230 AW (air watts) grâce au moteur Rowenta Digital Force, adapté pour tous types de déchets et de sols : bois, carrelage et moquette.

SILENCIEUX

Équipé du système Silent Block de Rowenta déjà présent sur de nombreux produits de la marque et de trois couches de mousse acoustique, le bruit émis par l'aspirateur est ainsi réduit à seulement 69 dB en position Boost (et 61 dB en position Éco).

SANS FIL

Plus besoin de brancher/débrancher cet aspirateur pour aspirer toute la maison avec une grande liberté de mouvement grâce à sa batterie amovible performante. L'autonomie peut varier entre 1 h 30 et 2 h 40 en fonction du modèle, permettant au X-Ô l'aspiration de 140 m² de surface en une seule charge.

AGILE

X-Ô permet une manipulation simple et fluide à 360° grâce à sa conception révolutionnaire combinant ses quatre roues principales et ses 54 mini-roues latérales. Il se glisse aussi partout grâce à la technologie « Flex » pour atteindre les endroits les plus difficiles sans risquer les problèmes de dos.

UN ASPIRATEUR DURABLE

et conçu pour durer

Rowenta croit et participe au progrès depuis sa création et continue d'innover en s'impliquant dans l'amélioration de la performance environnementale de ses produits. Le X-Ô dispose ainsi d'un mode Éco afin de contribuer à la réduction de sa consommation énergétique. Côté emballage, le polystyrène a disparu au profit de cales de cartons composées à plus de 90 % de fibres recyclées.

La réparabilité fait partie des axes prioritaires du guide d'éco-conception développé par le Groupe SEB, il est donc logique pour les équipes d'avoir réfléchi et abouti à un aspirateur 100 % réparable. Ses pièces détachées sont disponibles pendant quinze ans pour toute réparation. Même côté batterie, celle-ci étant amovible, elle est facilement remplaçable par son utilisateur.

2007

Aspirateur Silence Force

2009

Aspirateur balai Air Force

2013

Aspirateur-robot

2019

Aspirateur balai Air ForceFlex

2021

Aspirateur traîneau sans fil X-Ô

Lagostina

120 bougies

pour une

marque qui brille



En 2021, Lagostina fêtait son 120^e anniversaire. 120 ans de tradition, de passion et d'innovation, gage d'excellence et de performance pour des gammes de produits symboles de l'art de vivre à l'italienne.

Lagostina est certainement plus qu'une marque. C'est d'abord et avant tout un nom accompagné d'une aura. Il suffit de le prononcer quelque part en Italie pour raviver des souvenirs d'enfance de festins inoubliables ou de moments familiaux en cuisine autour de ces produits.

Lagostina entre dans le Groupe SEB en 2005, partageant un ADN familial et des valeurs communes : le goût du partage et de la convivialité autour de la table, le plaisir de bien cuisiner, l'innovation et le savoir-faire industriel.

CÔTÉ PRODUIT...

La puissance de ce nom, on la doit à une histoire de famille ! En 1901, Carlo Lagostina et son fils Emilio débute la production de couverts en étain plaqué à Omegna, sur les rives du lac d'Orta dans le Piémont. Le succès est au rendez-vous et dans les années 1930, Lagostina est la première entreprise d'Italie à fabriquer des articles culinaires en inox. Sa célèbre gamme Casa Mia est l'association de deux principes qui scelleront la réputation de la marque pour toujours : le design et l'innovation.

Dans les années 1960, l'entreprise piémontaise continue d'innover avec le premier autocuiseur italien, dont le monde entier entendra parler grâce à la campagne Carosello, sublimée par La Linea® d'Oswaldo Cavandoli. Depuis, 25 millions d'autocuiseurs ont été vendus et de nouvelles innovations ont été développées, comme la technologie LagoEasy'Up® en 2020 qui permet d'améliorer encore l'expérience utilisateur.

DATES CLÉS

LAGOSTINA

1901

Fondation de Lagostina

1955

Première entreprise dans le monde à appliquer une base qui diffuse la chaleur aux casseroles : le fond Thermoplan®

1960

Naissance de l'autocuiseur Lagostina, doté d'un système de fermeture et d'ouverture à levier avec couvercle flexible



VOYAGE DE PRESSE AU CŒUR DE
Lagostina pour ses 120 ans

Les 7 et 8 juillet 2021, Lagostina fêtait ses 120 ans sur son site historique d'Omegna en présence d'une délégation du Groupe SEB emmenée par Thierry de La Tour d'Artaise et des membres de la famille Lagostina, dont Vitaliano Moroni. Deux jours entre tradition et avenir, entre gastronomie et visite de l'usine d'Omegna, découverte des produits emblématiques, dégustations et rencontres avec des personnalités, comme le Président de la Région Piémont, Alberto Cirio.

La cuisine italienne était clairement à l'honneur sous le signe de la convivialité, comme ont pu en témoigner dans leur média respectif les journalistes français et italiens conviés à l'événement.

120 ans
d'existence

160
employés

25 000 m²
de superficie
de l'usine d'Omegna

25 ans
de garantie pour tous
les produits inox fabriqués à Omegna

CÔTÉ PRODUCTION

« *made in Italie* »

L'usine historique d'Omegna s'est modernisée au fil des années pour mettre en place les concepts de l'industrie 4.0, avec aujourd'hui une centaine d'ouvriers et une quarantaine de robots. Le site industriel italien possède une vraie maîtrise des procédés de frappe à chaud et est le seul du Groupe SEB à pouvoir fabriquer des technologies comme le fond Lagofusion. Avec ces procédés de fabrication à la pointe, les produits tout inox sont de très haute qualité et garantis vingt-cinq ans.

Centre d'excellence pour l'inox, le site d'Omegna fabrique désormais les poêles et casseroles de la marque allemande WMF, appartenant également au Groupe SEB.



Et maintenant ?

En 2021, Lagostina a lancé son site e-commerce en Italie afin de s'aligner sur les nouveaux modes de consommation. La marque bénéficie ainsi de l'expertise digitale du Groupe SEB pour se rapprocher de ses utilisateurs, avec par exemple le développement d'une application de recettes dédiée aux autocuiseurs qui a déjà dépassé les 2 millions de téléchargements. Les produits du Groupe SEB étant déjà distribués dans près de 150 pays, Lagostina n'a pas fini de conquérir le monde avec ses produits.

1986

Lancement de Pastiola® : conçu pour cuire et égoutter les pâtes, un produit emblématique aujourd'hui

2005

Rachat par le Groupe SEB

2010

Lancement de Linea Patrimonio, une gamme complète d'articles culinaires haut de gamme

2020

Technologie LagoEasy'Up® : une innovation exclusive brevetée qui permet d'ouvrir un autocuiseur avec une seule main et en un seul mouvement

SI VOUS ÉTIEZ ...

Portraits
de **4** collaborateurs
du Groupe SEB

Edouard Edwige
Emeline Emilie Emma Emmanuel Emmanuelle Eric Ernst Eugène Evagelia
Ewerton Fabian Fabien Fabio Fabre Fabrice Fatiha Fernanda Fernando Flavio Flora
Florent Floriane Florie Foued Franck François Françoise Frank Frédéric Frédérique Gabriel
Geoffrey Georgia Gerhard Gert Gilles Giuseppe Grégoire Guillaume Hank Haytham Hélène
Hirth Imène Inès Ingo Ingrid Iris Isabelle Isaias Ivan Ivonne Jacqueline Jamilton Jasmine Jason
Jean Jean-Baptiste Jean-Charles Jean-François Jean-Paul Jennifer Jens Jentey Jianbo Jiri Joaquim
Jochen Joël Joëlle John Jonathan Jordi Josef Joséphine Juan Judith Julian Julie Juliette
Junyever Jürgen Kailash Karim Karina Karine Karinel Katia Katri Kawtar Kay Kee Shu Kees Ken Kevin
Keziah Klaus Koulla Ksenia Lara Laura Laure Laurence Laurian Laurie Léo Leticia Linda Lok Long Lorraine
Luc Lucia Luciana Lucie Lucy Ludmila Ludovic Luezia Luis Luisa Luiz Lurdes Magda Malika Manuela Marc
Marc-Antoine Marcel Marianne Marie Marie-Catherine Marie-Françoise Maria Marina Marion Marius Marjorie
Marlies Maron Marten Martin Martine Maryna Mathilde Matthias Maxime Maya Mélanie Merlin Mettew
Micaela Michael Michel Michelle Mickael Miguel Angel Mireia Miriam Mohamed Moncere Morgane Mukul
Myriam Nadejda Nadine Nancy Narendranath Nataliya Nathalie Nguyen Nhung Nicolas Niklas Nora Océane
Océane-Nourya Odile Oleksandr Olga Oliver
Pascal Patras Patrice Patricia Patrick Paula
Philippe Pierre-Armand Phi-Yen Pierre
Rafael Rajinder Raphaël Rebecca Régis
Richard Rita Robert Rodrigo Roger
Rui Sabine Sacha Sam Samuel Sandra
Sébastien Selçuk Serge Séverine Sheri
Stanislas Stanislav Stefan Stefano
Suleyman Susana Susanne Sylvain
Thierry Thomas Tiago Tina Tomàs
Valérie Valerio Véronique Victor Vikash
Vladescu Weiguang Wendy Wham
Youcef Yuliia Yves Zanni Zhanna Zineb
Abdelrahman Adriana Adrien Adryan
Agnes Agnieszka Ajay Alain Alessia Alex
Alexandr Alexandra Alexia Alexis Aliaa Alice
Alina Aline Allan Altan Amanda Amandine Ambroise
Ana Andrada André Andrea Andreas Angélique Angelo
Anissa Anita Anjali Anna Anne Anne-Laure Annelies Ann-Marie
Anouar Anthony Antoine Antonella Antonio Arif Arnaud Arthur Arvind
Kummar Aude Audrey Aurélie Avinash Aybuke Barbara Bastien Béatrice
Benedict Benoit Bernard Bertrand Bete Blanca Bonnemaire Boris Brahim Bruno
Camila Camille Cantella Carine Carlos Carole Carolina Caroline Carruesco Carsten
Catherine Cathy Cécile Célia Céline Cem Charles Charline Cheryl Chloé Chrétien Christa
Christelle Christian Christine Christophe Chrystel Cíntia Claire Clarisse Claude Clémence
Clotilde Colette Conny Corinna Corinne Cornelius Cristina Cyril Daniele Danielle Daria Darie
David Davor Debbie Deborah Delphine Denise Dennis Dhana Dick Dimitris Dinara Dirk
Djamel Dom Dominic Dominik Dominique Dorothée Dounia Duvian Edouard Edwige Elena
Eline Elisabeth Elise Elodie Emeline Emma Emmanuel Emmanuelle Eric Ernst Eugène
Evagelia Ewerton Fabian Fabien Fabio Fabre Fabrice Fatiha Fernanda Fernando Flavio Flora
Florent Floriane Florie Foued Franck François Françoise Frank Frédéric Frédérique
Gabriel Geoffrey Georgia Gerhard Gert Gilles Giuseppe Grégoire Guillaume Hank
Haytham Hélène Hirth Imène Inès Ingo Ingrid Iris Isabelle Isaias Ivan Ivonne
Jacqueline Jamilton Jasmine Jason Jean Jean-Baptiste Jean-Charles Jean-
François Jean-Paul Jennifer Jens Jentey Jianbo Jiri Joaquim Jochen
Joël Joëlle John Jonathan Jordi Josef Joséphine Juan Judith
Julian Julie Julien Juliette Junyever Jürgen Kailash Karim
Karina Karine Karinel Katia Katri Kawtar Kay Kee Shu
Kees Ken Kevin Keziah Klaus Koulla Ksenia
Lara Laura Laure Laurence Laurian Laurie Léo Leticia
Linda Lok Long Lorraine Luc Lucia Luciana
Lucie Lucy Ludmila Ludovic Luezia Luis
Luisa Luiz Lurdes Magda Malika Manuela
Marc Marc-Antoine Marcel Marianne
Marie Marie-Catherine Marie-Françoise
Maria Marina Marion Marius Marjorie
Marlies Maron Marten Martin Martine
Maryna Mathilde Matthias Maxime
Maya Mélanie Merlin Mettew Micaela
Michael Michel Michelle Mickael
Miguel Angel Mireia Miriam Mohamed
Moncere Morgane Mukul Myriam
Nadejda Nadine Nancy Narendranath
Nataliya Nathalie Nguyen Nhung
Nicolas Niklas Nora Océane Océane-
Nourya Odile Oleksandr Olga Oliver



Famille #SEB



LA
DURABILITÉ
SELON

les **hommes**
et les **femmes**
qui font
le **Groupe**



LE DÉVELOPPEMENT DURABLE, C'EST PROTÉGER L'ENVIRONNEMENT, MAIS AUSSI VEILLER À NOTRE LONGÉVITÉ VIA NOTRE ALIMENTATION.”

Dates clés

1990 Débute une carrière de pompier
2004 Entre chez Macy's Home Store
2010 Fonde StoreBound avec son épouse Rachel
2012 Fonde Dash Small Appliances
2020 Le Groupe SEB acquiert StoreBound et son portefeuille de marques

EVAN DASH

Fondateur et CEO de StoreBound (New York, États-Unis)

Evan Dash est le CEO de StoreBound, une entreprise américaine qui vend des ustensiles de cuisine et des accessoires sous plusieurs marques (Dash, Sobro, etc.). StoreBound a rejoint le Groupe SEB en 2020.

Si vous étiez...

Un produit du Groupe SEB ?

Le Blender Digital Dash Chef Series, bien sûr ! C'est le meilleur blender du marché, à la fois performant et doté d'une interface très conviviale. J'aime cette association entre puissance et simplicité.

Une innovation ?

Pour moi, le confort est quelque chose d'indispensable. C'est pourquoi j'aime beaucoup tout ce qui touche à la domotique. D'un côté, rendre sa maison intelligente peut contribuer à

la protection de la planète ; de l'autre, ça rend la vie plus facile.

Une définition de la durabilité ?

Le développement durable, ce n'est pas seulement protéger l'environnement, c'est aussi veiller à notre propre longévité, à travers notre alimentation. Ainsi, nous encourageons nos clients à adopter une alimentation plus saine. Et, dans le même temps, nous voulons être l'entreprise la plus durable possible, en utilisant des matériaux recyclés autant que possible et en faisant en sorte que nos propres produits puissent également être recyclés.

Votre plus belle expérience au sein du Groupe SEB ?

Dès ma première rencontre avec les collaborateurs du Groupe SEB, j'ai su que nous avions frappé à la bonne porte. Cela faisait cinq ans que nous étions à la recherche d'un investisseur

partageant nos valeurs. Ma première impression a été d'avoir face à moi des personnes compétentes, bienveillantes et à l'écoute. Et plus nous apprenons à connaître le Groupe SEB, plus nous sommes confortés dans cette impression. Les collaborateurs sont si humbles et, par-dessus tout, passionnés par leur travail.

Un mot pour raconter votre parcours professionnel au sein du Groupe SEB ?

Inspiré ! Voilà ce qui me vient tout de suite à l'esprit. Il règne, au sein du Groupe, un enthousiasme particulièrement stimulant.

Une devise ?

Un cœur conquis est un cœur fidèle ! Nous faisons tout pour gagner le cœur de nos consommateurs, de nos revendeurs et de notre propre équipe. S'ils sont conquis, tout le monde y gagne !

Dates clés

2011 Arrivée comme
Ingénieure emballage

2015 Devient Responsable
Environnement

2021 Est nommée
Responsable Environnement
& Innocuité Produits

“
*Durabilité
et nouveauté
ne sont pas
opposées.*”

INGRID TAMS

**Responsable Environnement
& Innocuité Produits** (Saint-Priest, France)

Ingrid Tams collabore avec une équipe de deux personnes sur des missions d'éco-conception, d'éco-production et d'innocuité produits. Dans un cadre transverse et international, avec comme fil conducteur la coordination de projet.

Si vous étiez...**Un produit du Groupe SEB ?**

Sans hésiter, Fresh Express de Moulinex dans sa version éco-respect, qui est fabriqué avec du plastique recyclé à Lourdes. C'est un produit que j'aime bien et qui fait écho à ma sensibilité.

Une innovation ?

Includéo, la gamme petit-déjeuner au design inclusif. Car le principe me touche beaucoup.

Une définition de la durabilité ?

Ce qui est durable aujourd'hui ne l'est pas forcément demain... on a donc besoin de s'adapter ou de se renouveler

en permanence. En ce sens, durabilité et nouveauté ne sont pas opposées.

Votre plus belle expérience au sein du Groupe SEB ?

La première utilisation de plastique recyclé en boucle fermée à partir de nos propres produits... C'est un projet collectif qui a mobilisé plusieurs équipes et qui a duré trois ans. Pour un résultat, qui avec le recul, a vraiment de quoi nous rendre fiers.

Un mot pour raconter votre parcours professionnel au sein du Groupe SEB ?

La collaboration. Parce que c'est mon mode de fonctionnement.

Une devise ?

On peut tout faire par petits pas mesurés, mais il faut parfois avoir le courage de faire un grand saut ; un abîme ne se franchit pas en deux petits bonds.

Dates clés

1997 Entre dans le Groupe en tant que Directrice Marketing de l'activité Articles Culinaires (Groupe SEB Corée a été créé en août 1997)
2003 Directrice Marketing
2007 Directrice des Ventes
2009 Directrice Générale

“Être au service de toutes les parties prenantes afin de créer de la valeur.”

KAY PAENG
Directrice Générale de Groupe SEB Corée (Séoul, Corée du Sud)

En tant que Directrice Générale de la filiale coréenne du Groupe SEB, Kay Paeng est responsable de l'activité en Corée du Sud, sur tous les aspects : marketing, ventes, RH et développement durable.

Si vous étiez...

Un produit du Groupe SEB ?

Sans hésitation... un produit de la gamme Tefal G6 ! Car c'est une gamme durable qui permet de préparer des plats délicieux.

Une innovation ?

La typographie, parce que j'accorde une grande importance à l'information et à la communication dans mon travail au quotidien. Et si la question concerne un produit, je dirais la gamme Ingenio... elle est tellement pratique pour préparer toutes sortes de plats et, en plus, elle se range facilement.

Une définition de la durabilité ?

Ce serait d'être au service de toutes les parties prenantes – employés, clients, consommateurs, communauté locale et actionnaires – afin de créer de la valeur qui bénéficie à tous.

Votre plus belle expérience au sein du Groupe SEB ?

Le 15^e anniversaire de Groupe SEB Corée ! Nous avons organisé une sortie camping qui a réuni les employés et leurs familles afin de fêter notre longue aventure collective et de remercier tout le monde.

Un mot pour raconter votre parcours professionnel au sein du Groupe SEB ?

« Glocalisation », une contraction des termes « globalisation » et « localisation ». Tefal est connu des consommateurs coréens comme étant une marque mondiale qui comprend leurs besoins et y répond.

Une devise ?

Si le fait d'être trop orienté sur soi-même conduit le plus souvent à l'échec, un état d'esprit orienté client est un gage de succès.

UN PRODUIT
DOIT ÊTRE
FIABLE ET
ROBUSTE,
À TOUT
MOMENT
DE SA VIE.”

Dates clés

1993 Débute chez Rowenta au poste de Technicien à Saint-Marcel
2001 Déménagement sur le site de Vernon
2017 Intègre les équipes projets Robots

RÉNALD DELALIN

Technicien de laboratoire (Vernon, France)

Réналd Delalin est chargé d'optimiser les aspirateurs-robots en apportant sa contribution au niveau de la conception, en réalisant notamment des tests d'usage et de maltraitance pour satisfaire à différents critères d'évaluation produit. Un travail d'orfèvre.

Si vous étiez...

Un produit du Groupe SEB ?

X-Ô de Rowenta ! J'ai un peu suivi son développement, et c'est vraiment une très belle innovation... l'équipe a fait fort !

Une innovation ?

Les énergies renouvelables, dans leur ensemble. Parce qu'elles marquent un tournant dans l'Histoire.

Une définition de la durabilité ?

Pour moi, c'est un produit qui doit être fiable et robuste, à tout moment de sa vie chez le consommateur. Et c'est une mission que je vis au quotidien.

Votre plus belle expérience au sein du Groupe SEB ?

Je pense évidemment au développement du premier robot aspirant cyclonique, avec toute l'équipe de Vernon.

C'était vraiment une très belle aventure collective, qui s'est poursuivie sur plus d'une année... Nous avons été très soudés pour arriver à ce beau produit technologique.

Un mot pour raconter votre parcours professionnel au sein du Groupe SEB ?

Un ou plusieurs mots ? Parce que j'ai envie de vous répondre : adaptabilité, dans l'idée de progresser continuellement, et envie de bien faire. C'est un état d'esprit qui, je crois, me caractérise bien.

Une devise ?

Être là pour les autres.

TERRI



TOIRES

NOS TERRITOIRES

#S PRINCIPE/ ENJEUX/ OBJECTIFS

Il y a plus de cent soixante ans, naissait en France la Société d'Emboutissage de Bourgogne, issue de l'atelier de ferblanterie créé par Antoine Lescure en 1857. Passant peu à peu de la ferblanterie à toutes les déclinaisons du Petit Équipement Domestique, le Groupe SEB a su devenir européen dans les années 1980, grâce notamment à l'acquisition de Rowenta, et a gagné du terrain outre-Atlantique et en Asie avec des marques emblématiques telles que Arno, Imusa ou encore Supor. Le Groupe SEB s'est forgé au fil des années une position de leadership mondial sur le marché du Petit Équipement Domestique.

Le marché mondial du Petit Équipement Domestique est fragmenté en de nombreux marchés nationaux et régionaux avec des spécificités propres liées aux habitudes et traditions locales de consommation, d'alimentation et d'utilisation des produits. Dans une approche mondiale, la nature même de ce marché suppose la mise en œuvre d'une stratégie à la fois globale et locale afin de pouvoir répondre de façon pertinente aux attentes et besoins des consommateurs du monde entier.

Présent dans près de 150 pays, le Groupe SEB s'engage à assurer à l'ensemble de ses 33 000 collaborateurs une politique socialement équitable, tout en développant des actions à impact positif pour la société. Avec plus de 40 sites présents partout dans le monde, le Groupe a développé une expertise industrielle pointue et un savoir-faire technologique qui lui permettent d'assurer sa compétitivité. Soucieux d'optimiser en permanence la performance industrielle de ses sites, le Groupe est aussi engagé dans l'amélioration des méthodes et l'expérimentation de technologies innovantes pour préparer l'usine de demain.

Europe

& AUTRES PAYS EMEA

FORTE VITALITÉ des marchés

Dans un contexte en forte demande, tous les marchés européens ont contribué à atteindre un niveau de vente record, notamment dans les catégories suivantes :

- articles culinaires ;
- cuisson électrique ;
- entretien de la maison.

Grâce au développement des ventes sur tous les canaux de distribution, en ligne ou en magasin, le Groupe SEB a gagné des parts de marché sur de nombreux territoires.

Si le Groupe SEB a été pénalisé par les dépréciations de certaines devises, il a réussi à faire face aux perturbations liées à la *supply chain* (hausse des cours des matières premières et du fret) par une hausse des prix compensatoires.

Côté marché Professionnel, WMF a connu une belle progression sur les marchés d'Europe de l'Est.

3 891 M€
+ 18,7 % ventes Grand Public

Plus de **16 000** salariés



schaerer

lance **Twin milk**, un double réservoir de lait pour proposer une alternative végétalienne à ses boissons

Schaerer, l'un des leaders mondiaux des machines à cafés automatiques pour les professionnels, propose un nouveau caisson réfrigéré avec deux contenants de 4,5 l distincts. Cette innovation répond à une demande grandissante de consommation plus responsable, notamment en ce qui concerne les alternatives laitières végétales, dont l'impact écologique est plus faible que dans le cadre de l'utilisation du lait de vache. Ce système permet donc de préparer de manière entièrement automatique une plus grande variété de boissons.



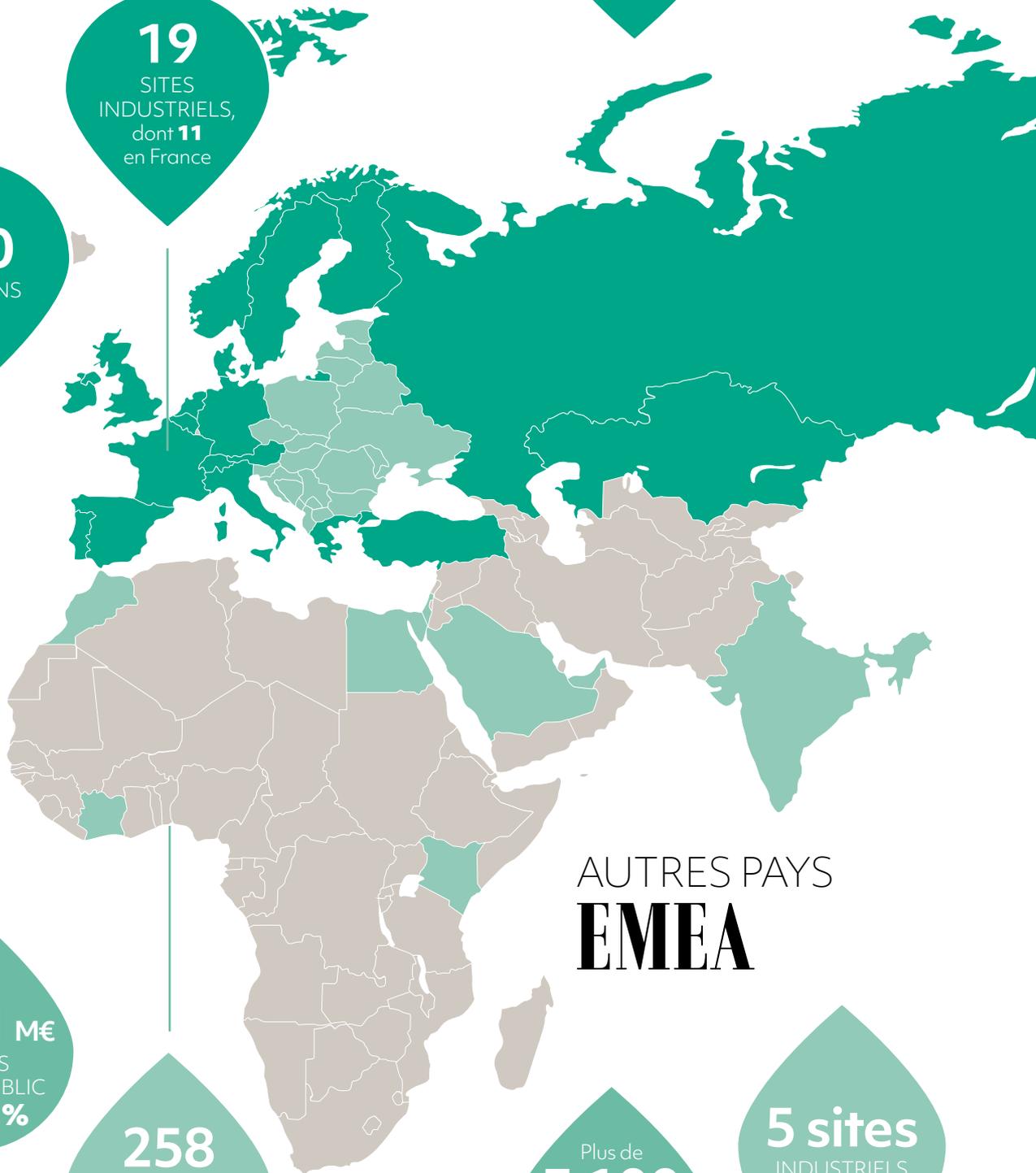
Europe

2770 M€
VENTES
GRAND PUBLIC
+ 14,9 %

Près de
13 000
SALARIÉS, dont plus
de **2 500** pour
la production

19
SITES
INDUSTRIELS,
dont **11**
en France

280
MAGASINS



AUTRES PAYS **EMEA**

1121 M€
VENTES
GRAND PUBLIC
+ 28,9 %

258
MAGASINS,
dont **37**
en Afrique

Plus de
3 100
SALARIÉS, dont
plus de **500** pour
la production

5 sites
INDUSTRIELS

L'Asie

Chine & AUTRES PAYS D'Asie Pacifique

DES MARCHÉS dynamiques en croissance

Le Groupe SEB est présent sur les marchés asiatiques et de la zone Pacifique avec ses marques internationales, et en Chine plus précisément avec la marque Supor. L'ensemble de ces marchés est en croissance en 2021, tant en volume qu'en valeur grâce à :

- l'essor des catégories historiques en lien avec la crise sanitaire : soin du sol, articles culinaires et culinaire électrique ;
- l'élargissement de l'offre produit grâce à l'innovation et à la « premiumisation » du mix produit ;
- le développement de l'e-commerce, en parallèle du nombre de magasins en propre, qui s'adapte de plus en plus aux besoins des consommateurs. Conjugués, ces vecteurs ont constitué de solides catalyseurs de croissance rentable à deux chiffres. Les ventes Grand Public de cette zone participent au chiffre d'affaires du Groupe à hauteur de 25 % pour la Chine, soit 1 860 M€ (un record !) et 8 % pour les autres pays d'Asie Pacifique.

2 458 M€
+ 10,7 % ventes Grand Public

Près de **14 000** salariés



GROUPE SEB CORÉE lance **Magic Box**, une campagne de recyclage sans contact

L'IFC Mall, une galerie commerciale très populaire de Séoul, a accueilli le premier événement de recyclage sans contact organisé par Groupe SEB Corée. Les participants ont pu déposer des poêles et casseroles usagées de toutes marques dans un bac de recyclage afin de récupérer un nouveau produit de la gamme Ingenio dans un casier automatique. Les produits ont été envoyés dans un centre de recyclage et les bénéfices de l'opération reversés à une ONG environnementale qui mène une campagne contre le plastique.

Magic Box fait référence au nom coréen d'Ingenio « Magic Hands » et aux casiers automatiques qui permettent de récupérer les produits sans contact !

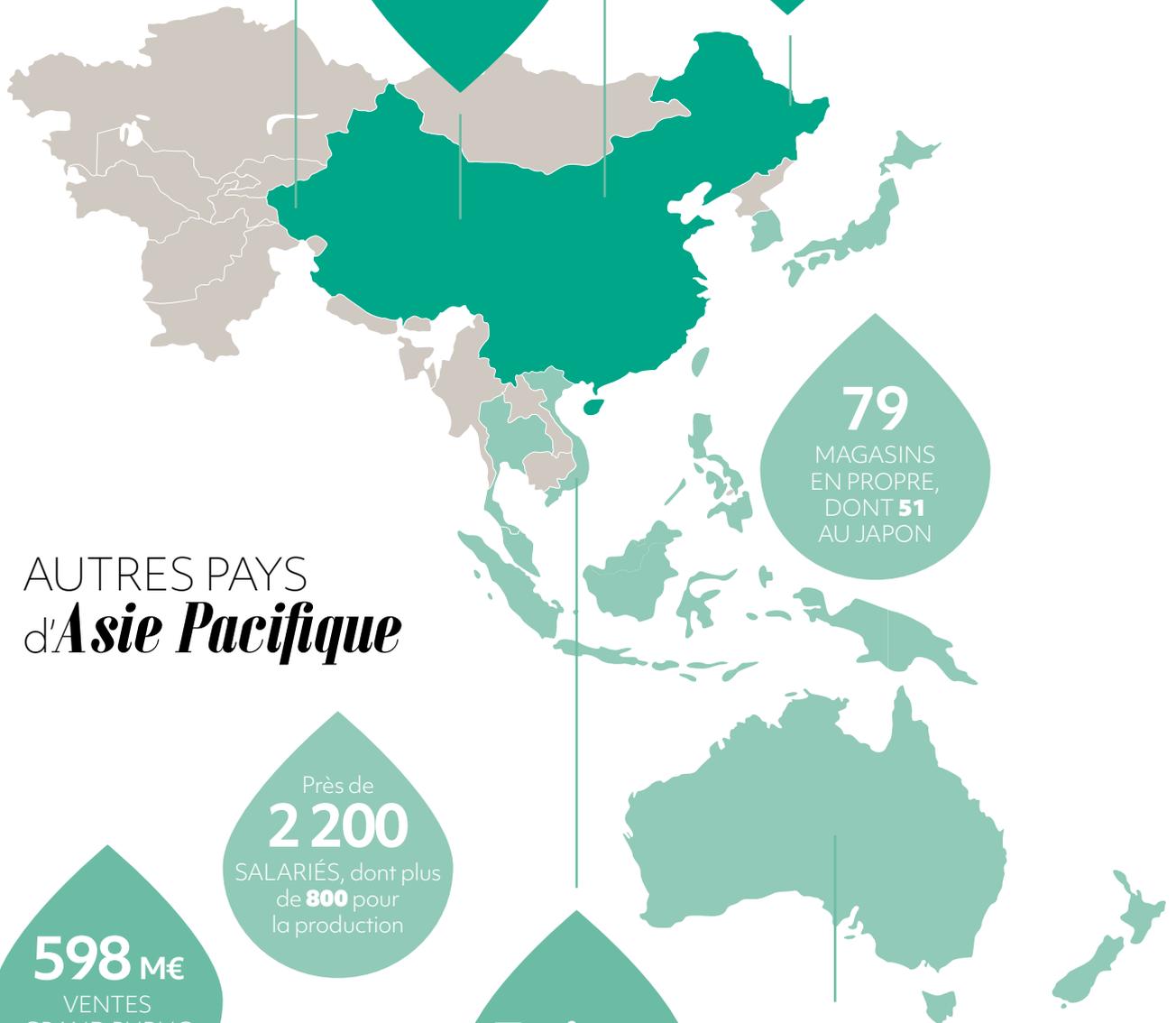
Chine

1860 M€
VENTES
GRAND PUBLIC
+ 10,7 %

601
MAGASINS
EN PROPRE

7
SITES
INDUSTRIELS

Près de
11 500
SALARIÉS, dont près
de **5 800** pour
la production



AUTRES PAYS d'*Asie Pacifique*

598 M€
VENTES
GRAND PUBLIC
+ 10,6 %

Près de
2 200
SALARIÉS, dont plus
de **800** pour
la production

3 sites
INDUSTRIELS
AU VIETNAM

79
MAGASINS
EN PROPRE,
DONT **51**
AU JAPON

L'AUSTRALIE
DEVIENT
n° 1
DU MARCHÉ
DU SOIN DU
LINGE

Amérique

DU Nord & DU Sud

DES MARQUES

locales fortes et complémentaires qui contribuent à la croissance

Depuis 1997, le Groupe SEB est présent sur l'ensemble du continent américain à la suite d'acquisitions de marques locales telles que Arno, Samurai, All-Clad, Rochedo, Imusa et Wilbur Curtis. Ces marques régionales fortement implantées sur chacun de leurs marchés permettent de compléter l'offre produits internationale Grand Public et Professionnelle. 2021 est aussi la première année pleine pour StoreBound au sein du Groupe SEB, permettant ainsi de conforter la présence du Groupe sur le marché Grand Public en Amérique du Nord.

C'est cette complémentarité des marques et de produits qui a stimulé les marchés, combinée à une bonne dynamique d'innovation et un mix de distribution multi-canal équilibré. Malgré un environnement général contrasté en fonction des marchés, la croissance est au rendez-vous et a mené à des records de productions dans plusieurs usines. Les ventes Grand Public de cette zone participent au chiffre d'affaires du Groupe à hauteur de 11 % pour l'Amérique du Nord, soit 788 millions d'euros, et 4 % pour l'Amérique du Sud, soit 293 millions d'euros.

1 082 M€
+ 19,1 % ventes Grand Public

Plus de **2 800** salariés

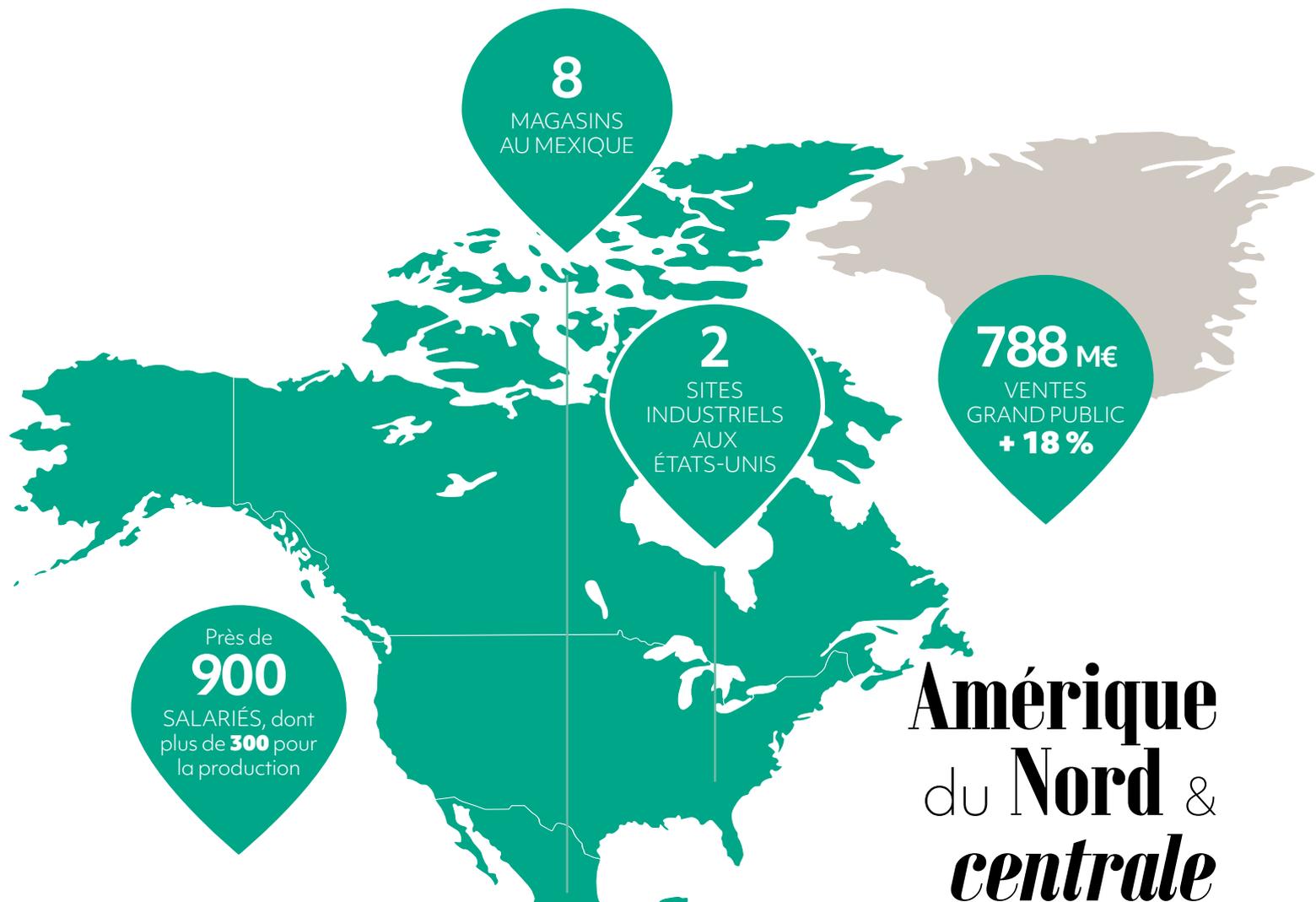


ARNO

rejoint l'engagement **10 ans réparable** et entre dans la boucle de l'économie circulaire

La marque brésilienne Arno a lancé mi-2021 la production des premiers produits « made in Brésil » porteurs de l'engagement « 10 ans réparable ». Jusqu'à présent, seuls certains produits de marques importées en bénéficiaient. Les premiers appareils concernés sont les Superchef de la gamme de petit électroménager Planetários. Arno participe ainsi à un maillon essentiel de l'économie circulaire en augmentant la durabilité de ses produits. Objectif : étendre la gamme de produits fabriqués en local pouvant apposer le label « 10 ans réparable » dans les deux prochaines années.





Près de
900
SALARIÉS, dont
plus de **300** pour
la production

AMÉRIQUE
du *Sud*

Plus de
2 000
SALARIÉS, dont
près de **1 200** pour
la production

293 M€
VENTES
GRAND PUBLIC
+ 22 %

26
MAGASINS
EN COLOMBIE



FINANCE

PRINCIPE

Coté à la Bourse de Paris depuis 1975, en tant qu'entreprise avec un capital à dominante familiale, le Groupe SEB occupe une place particulière grâce aux valeurs de ses actionnaires de long terme. Ses performances financières et extra-financières s'inscrivent ainsi dans la durée. L'ensemble contribue à la stabilité du Groupe dans ses orientations comme dans son management.



ENJEUX

La relation de confiance entretenue avec l'ensemble des parties prenantes – entreprises, fournisseurs ou distributeurs, consommateurs – est basée sur la stabilité à moyen et long terme de l'actionnariat du Groupe. Le modèle transparent développé depuis de nombreuses années a pour mission de créer de la valeur pour chacun en actionnant de nouveaux leviers de développement, comme la durabilité.

OBJECTIFS

Depuis plus de cent soixante ans, le Groupe SEB s'engage à créer un modèle stratégique solide, équilibré et responsable. Grâce à sa vision long terme, le Groupe s'efforce de trouver dans ses investissements le juste équilibre entre croissance et compétitivité afin de générer de la valeur pour l'ensemble des parties prenantes. L'investissement responsable, quant à lui, est appelé à avoir un impact majeur sur cette économie et à devenir un véritable actif de l'entreprise.



Performance

Le Groupe SEB a réalisé une année 2021 record, bien que marquée par un environnement général toujours perturbé par la persistance de la crise sanitaire et par des tensions inédites dans la chaîne d'approvisionnement.

Les données sociales, environnementales et sociétales témoignent également de l'engagement responsable du Groupe, qui se renforce au fil des années.

ROPA
813 M€
+ 34,3 %

RÉSULTAT NET
454 M€
+ 51 %

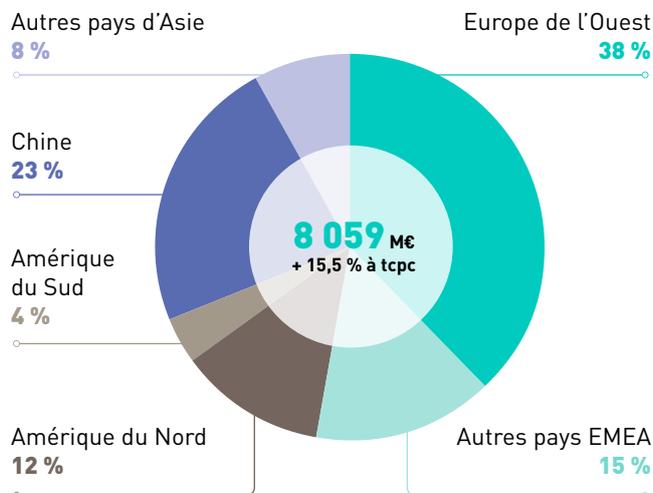
CHIFFRE D'AFFAIRES
8 059 M€
+ 16,0 % + 15,5 % À TCPC*

DETTE NETTE
1 524 M€
CASH-FLOW LIBRE : - 306 M€

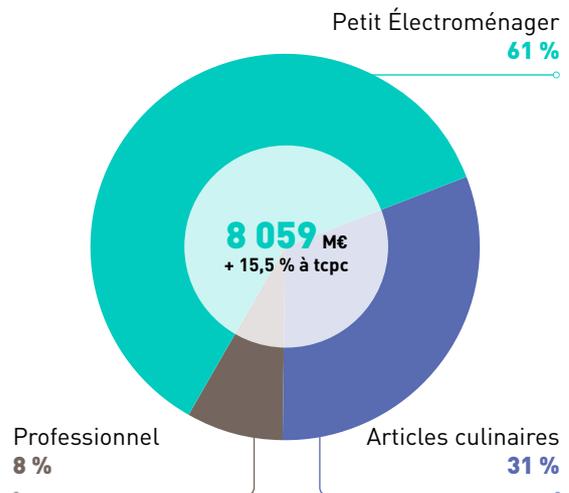
DETTE NETTE/EBITDA AJUSTÉ
1,5
1,8 AU 31/12/2021

RÉPARTITION *des ventes dans le monde*

PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE

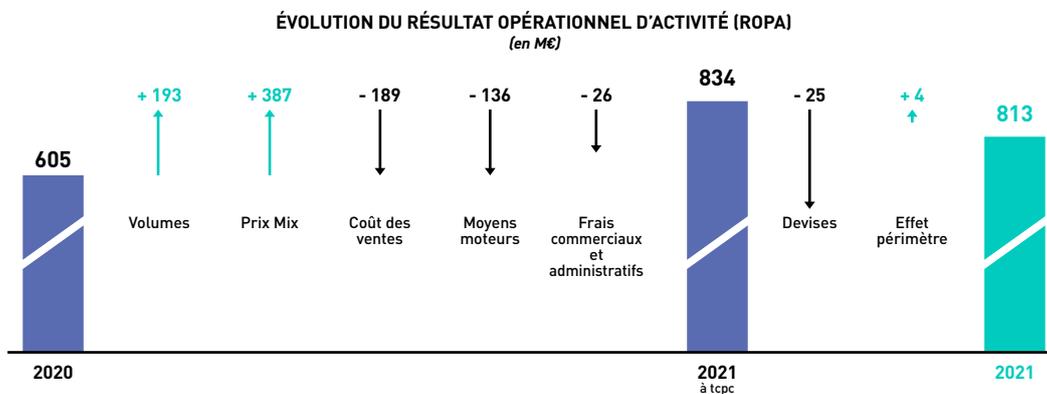
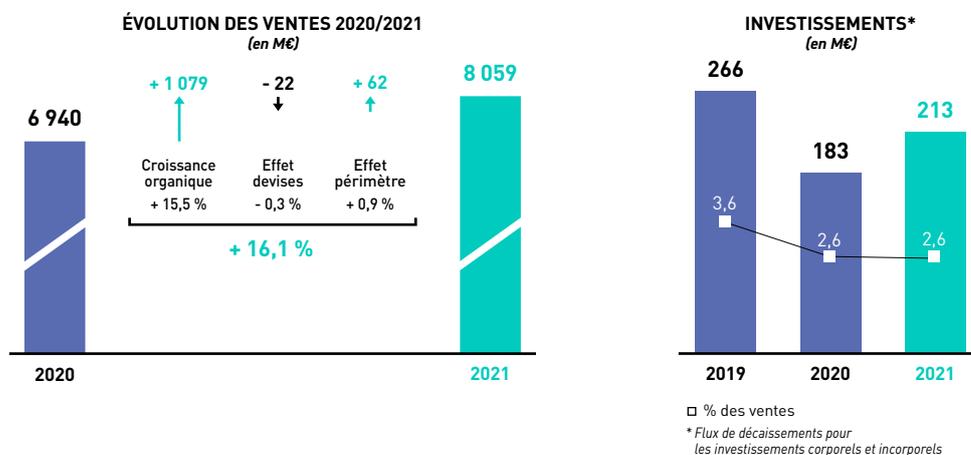
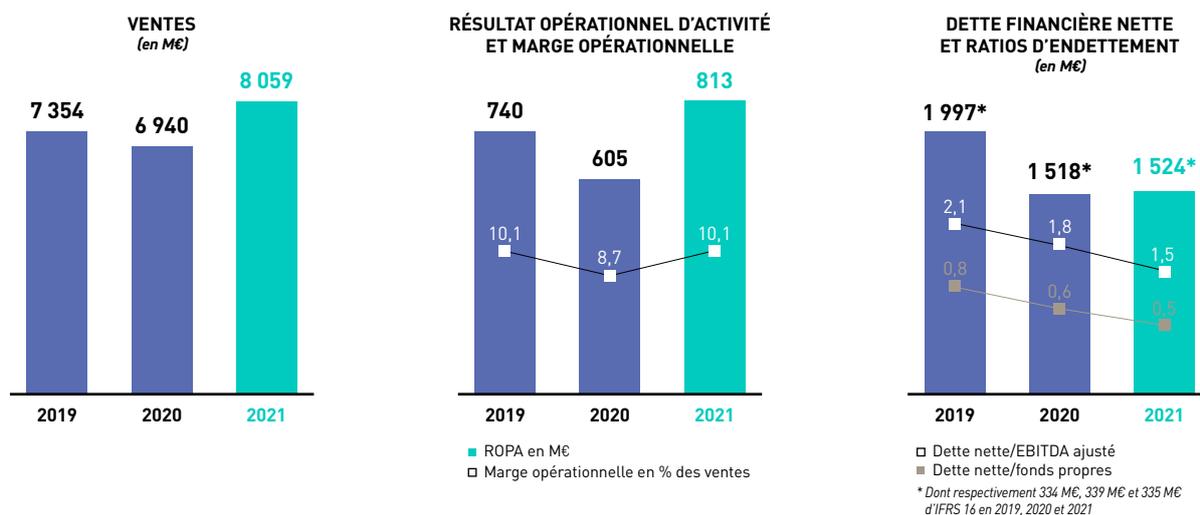


PAR ACTIVITÉ



* Tcpc : taux de change et périmètre constants.

FINANCIÈRE



Performance

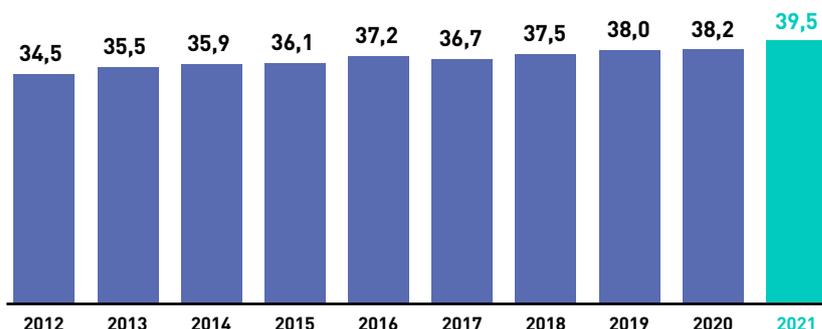
PERFORMANCE sociale

ÉVOLUTION DU LTIRI
*Lost time injury rate**



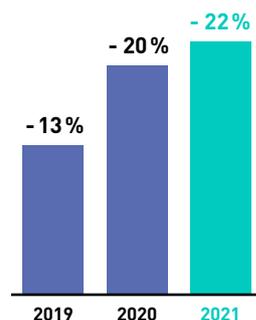
* Taux de fréquence des accidents avec arrêt de travail, intérimaires inclus.

ÉVOLUTION DU NOMBRE DE FEMMES MANAGERS
(en % des managers du Groupe)

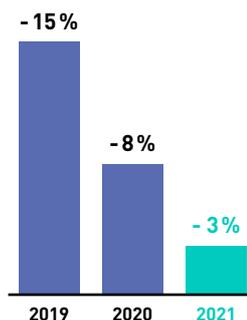


PERFORMANCE ENVIRONNEMENTALE et engagement sociétal

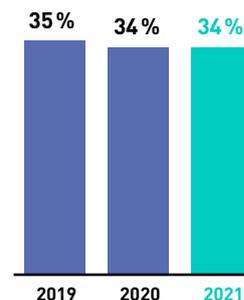
ÉCO-PRODUCTION
*(évolution de l'intensité carbone de nos usines
- scopes 1 et 2 - année de référence 2016)*



ÉCO-LOGISTIQUE
*(évolution de l'intensité carbone liée au transport
des produits, année de référence 2016)*



ÉVOLUTION DE L'UTILISATION
DES MATÉRIAUX RECYCLÉS



92%

de produits de petit électroménager
estampillés « produits réparables 15 ans »*.

* Pour Moulinex, Rowenta, Tefal, Seb, Calor, Krups, WMF.

3,3 M€

consacrés au mécénat
en 2021.

Pour la deuxième année consécutive, le Groupe SEB maintient son classement « A- » de l'agence CDP (*Carbon Disclosure Project*) dans la catégorie « climat » pour ses actions visant à réduire ses émissions, à atténuer les risques climatiques et à développer une économie à faibles émissions de carbone. Sur les quelque 9 600 entreprises notées par CDP, seules les 8 % les plus performantes figurent sur la liste A.

L'agence de notation extra-financière Vigeo-Eiris place de nouveau le Groupe SEB à la première place du secteur *Technology and Hardware*, parmi un panel européen de 40 entreprises, et à la 68^e place au niveau mondial (sur 4 904 entreprises).

EXTRA-FINANCIÈRE

PARTIES *prenantes*

Collaborateurs, fournisseurs, pouvoirs publics, communautés locales et actionnaires, dans le monde entier, bénéficient des retombées économiques et financières de la performance du Groupe SEB. Le partage de la valeur créée est fait selon des choix stratégiques qui permettent au Groupe de nourrir ses objectifs et de préparer l'avenir de manière responsable.

PRINCIPAUX FLUX DE TRÉSORERIE *entre le Groupe et ses parties prenantes*

Clients

8 059 M€

- EMEA : 53 %
- Asie : 31 %
- Amériques : 16 %

Les produits «sourcés»
représentent 39 % des ventes
(hors StoreBound).

Groupe SEB

SOMMES CONSERVÉES

686 M€

- Refinancement des investissements : 273 M€
- Variations de provisions liées aux risques de l'activité : 57 M€
- Mises en réserves propres : 356 M€

Répartition par parties prenantes

FOURNISSEURS

5 587 M€

Incluant un panel de 545 fournisseurs
représentant plus de 72 % des achats
de production.

DONS

3,3 M€

Dons faits aux associations et ONG
via le Fonds Groupe SEB et/ou les filiales
internationales dans le cadre de
la politique de mécénat du Groupe.

ÉTAT ET COLLECTIVITÉS LOCALES

206 M€

Impôt sur les sociétés : 143 M€
Impôts locaux : 67 M€

ACTIONNAIRES

152 M€

Versés en 2021 au titre
de l'exercice 2020.

COLLABORATEURS

1 361 M€

Versés à près de 33 000 collaborateurs,
81 % salaire brut,
19 % charges sociales.
33 M€ de participation et
d'intéressement à verser en 2021.

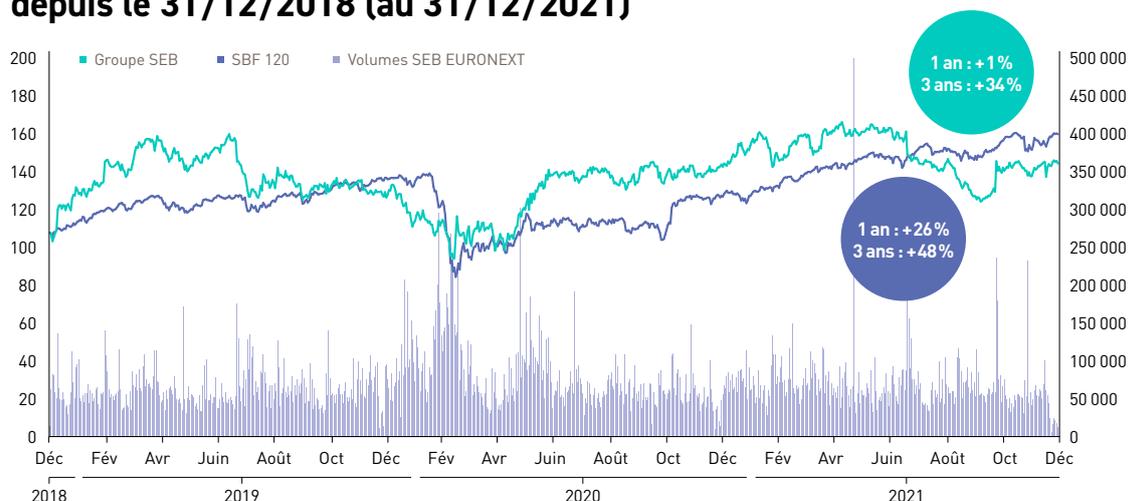
BANQUES ET INVESTISSEURS OBLIGATAIRES

64,4 M€

Charges financières liées aux dettes
financières et bancaires.

Performance BOURSIÈRE

ÉVOLUTION *du cours de Bourse* depuis le 31/12/2018 (au 31/12/2021)

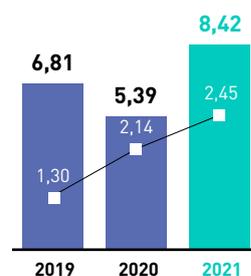


FICHE SIGNALÉTIQUE

PLACE DE COTATION	Euronext Paris, Compartiment A
CODE ISIN	FR0000121709
CODE LEI	969500WP61NBK098AC47
DATE D'INTRODUCTION	27 mai 1975
NOMBRE D'ACTIONNAIRES	55 337 070 actions de 1€ de nominal*
INDICES BOURSIERS	CAC [®] Mid 60, SBF [®] 120, CAC [®] Mid & Small, CAC [®] All-Tradable, STOXX [®] Europe 600, Vigeo Europe 120, MSCI Global - FTSE4Good
AUTRES INFORMATIONS	Éligible au SRD, Euronext Family Business, Euronext CDP Environment France
TICKERS	Reuters : SEBF.PA - Bloomberg : SK.FP

* Après attribution d'une action gratuite pour dix.

RÉSULTAT NET DILUÉ PAR ACTION ET DIVIDENDE



■ Résultat net par action en €
□ Dividende en €

Données historiques retraitées

PERFORMANCE 2021

AU 31/12/2021

COURS DE CLÔTURE (EN €) :	136,90
CAPITALISATION BOURSIÈRE (EN M€) :	7 576
+ HAUT (EN SÉANCE, EN €) :	159,20
+ BAS (EN SÉANCE, EN €) :	115,40
MOYENNE DE L'ANNÉE (COURS DE CLÔTURE, EN €) :	141,08
MOYENNE DES 30 DERNIERS COURS DE CLÔTURE DE L'ANNÉE (EN €) :	134,98
MOYENNE JOURNALIÈRE DES TRANSACTIONS (EN ACTIONS) :	64 434

Service Actionnaires

+33 (0)4 72 18 16 01 - actionnaires@groupeseb.com

Service Titres SEB - BP25 - Corporate Trust Services
+33 (0)1 57 43 90 00 - formulaire de contact disponible sur
le site planetshares.bnpparibas.com/login



Création, conception et réalisation : SEITOSEI – Rédaction : Groupe SEB – Impression : OTT imprimeurs
Ce rapport d'activité est imprimé sur des papiers issus de forêts gérées durablement.
Crédits photos : Angell, Gilles Aymard, Castalie, Chefclub, Click&Grow, Jean-François Deroubaix, Freepik, Getty Images,
Groupe SEB, Alain Guillemaud, Ieva, iStockphoto, Valérie Kattan, Benjamin Levy/Alunites, Makiko Takizawa.

Groupe SEB
Campus SEB
112, chemin du Moulin-Carron
69130 Écully – France
Tél. : +33 (0)4 72 18 18 18



www.groupeseb.com