



ARNO. CALOR. KRUPS. MOULINEX. ROWENTA. SEB. TEFAL

COMMUNIQUE DE PRESSE

25/10/2007

ACTIVITE DES 9 MOIS 2007

POURSUITE D'UNE FORTE DYNAMIQUE PERFORMANCES CONFORMES AUX ATTENTES

En millions d'euros	9 mois 2006	9 mois 2007	Variation 2007/ 2006 en %	
			Parités courantes	Parités constantes
France	367	405	+ 10,4	+ 10,4
Autres pays UE	445	470	+ 5,5	+ 5,2
Amérique du Nord	260	275	+ 5,9	+ 12,9
Amérique du Sud	170	190	+ 11,9	+ 11,3
Europe Centrale, CEI, Asie et autres pays	487	572	+ 17,4	+ 19,8
TOTAL	1 729	1 912	+ 10,6	+ 12,2

Chiffres arrondis

% calculés sur chiffres exacts

Au 3^e trimestre, l'activité du Groupe SEB s'est caractérisée par la poursuite d'une forte dynamique, le chiffre d'affaires progressant de 12,2% à parités et périmètre constants. Les ventes des 9 premiers mois se sont ainsi établies à 1 912 M€, en croissance de 10,6%. Cette performance est la résultante de plusieurs éléments :

- une croissance à parités et périmètre constants de 10,6 % -à comparer à 9,7% pour le 1^{er} semestre-, issue d'une contribution positive de toutes les familles de produits et de la bonne tenue de la très grande majorité des marchés européens et internationaux ;
- un effet périmètre de 27 M€, lié à la consolidation de Mirro WearEver sur 9 mois complets en 2007, contre 1,5 mois au 30 septembre 2006 ;
- un effet devises négatif de 27 M€, l'affaiblissement du dollar face à l'euro comptant pour moitié dans ce montant. Pour mémoire, l'impact des parités a été très fort au 1^{er} trimestre (-19 M€) pour s'atténuer ensuite.

L'environnement porteur, la croissance robuste et la qualité des ventes ont constitué un effet de levier important sur la **marge opérationnelle qui s'établit à 165 M€, en croissance de 41%** par rapport à celle des 9 premiers mois 2006. Ce niveau de croissance n'est toutefois pas extrapolable sur l'ensemble de l'exercice car :

- le 4^e trimestre représente un poids significatif dans l'activité du Groupe ;
- le 4^e trimestre 2006 constitue à ce titre une base de comparaison élevée ;
- le Groupe a décidé d'investir massivement en marketing et publicité en fin d'année avec pour objectif d'alimenter sa croissance future.

Au 30 septembre 2007, la **dette financière nette s'entend après acquisition de 30% de la société chinoise Supor et s'élève à 573 M€, en hausse de 111 M€.**

DIRECTION DE LA COMMUNICATION FINANCIERE

Chemin du Petit Bois – BP 172 – 69134 Ecully cedex France – Tél. 04.72.18.16.40 – Fax 04.72.18.15.99

Internet : <http://www.groupeseb.com> – comfin@groupeseb.com

Ventes par zone géographique

En **France**, le 3^e trimestre a confirmé la bonne orientation du marché en volume, en prix et en mix-produit. Les marques établies en ont bénéficié, consolidant leurs positions. Le Groupe SEB a progressé dans tous les réseaux de distribution, s'appuyant sur la vitalité de son offre, composée de produits phares (Beertender, machines à pain), de valeurs sûres (articles culinaires, générateurs vapeur, brosses coiffantes...) et du franc succès des nouveautés lancées : la friteuse sans huile Actify, le standard multi-boissons Dolce Gusto, l'aspirateur Silence Force, la machine Nespresso. Seuls quelques produits ont marqué le pas.

Dans les **autres pays de l'Union Européenne à 15**, la croissance s'est accélérée au 3^e trimestre, le seul point dur restant le Royaume-Uni, marché toujours soumis à une guerre des prix entre distributeurs. Après un démarrage lent, le Groupe se redresse en Espagne, et progresse à un rythme beaucoup plus soutenu dans tous les autres pays, avec une mention spéciale pour l'Allemagne, où la reprise continue à être vigoureuse. Les performances sont également très satisfaisantes aux Pays-Bas, en Autriche, en Scandinavie et en Grèce, pays dans lesquels l'élargissement de l'offre entraîne un renforcement des positions du Groupe.

En **Amérique du Nord**, la croissance publiée de 12,9% provient de l'effet périmètre ; à structure et changes constants, elle s'établit à 2,5% et traduit une situation contrastée. Aux Etats-Unis, dans un contexte économique peu favorable, le Groupe enregistre un léger repli (-1,5%), la reprise chez All-Clad et la bonne tenue de Rowenta ne compensant pas totalement les reculs de T-fal et de Krups, toujours sous pression. Par ailleurs, l'activité de Mirro WearEver se normalise progressivement. Au Mexique, les ventes ont été robustes et les performances canadiennes très satisfaisantes, avec en particulier des avancées en haut de gamme.

En **Amérique du Sud**, les ventes ont progressé de 11,3% à taux de change constants, les moteurs essentiels de la croissance restant inchangés et fortement liés à l'activité brésilienne, prépondérante sur ce continent. Malgré un contexte concurrentiel qui se durcit, Arno a renforcé ses positions, s'appuyant sur sa vitalité en cafetières filtre, blenders, appareils à sandwichs, gamme de soin de la personne... Panex, de son côté, a aussi amélioré ses performances, grâce notamment aux nouvelles gammes apportées par le Groupe (Thermospot). En Colombie et au Venezuela, le Groupe a poursuivi son développement rapide, tandis que le redressement s'engage en Argentine.

En **Europe Centrale, CEI, Asie et dans les autres pays**, la dynamique se maintient à des taux élevés et la croissance est quasi-généralisée. Certes, la tendance s'est nettement ralentie en Turquie en 2007, dans un contexte politique instable. Mais dans les autres pays ou zones, le rythme reste très soutenu : en CEI, l'extension de la consommation vers les régions rurales permet au Groupe, très bien implanté sur tout le territoire, de surperformer largement le marché, pourtant très porteur ; le Groupe progresse aussi de façon marquée en Europe Centrale, en particulier en Pologne ; il poursuit ses avancées en Australie, confirme la reprise entamée en Corée et enregistre un essor rapide en Asie du Sud-Est, notamment en Malaisie. Quant au Japon, malgré l'impact défavorable sur l'activité de la hausse des tarifs pratiquée pour compenser la dépréciation du yen, le Groupe parvient à y maintenir un niveau de croissance satisfaisant.

Analyse de l'évolution de la marge opérationnelle

Au 30 septembre 2007, la marge opérationnelle s'établit à 165 M€, en croissance de 41% par rapport aux 116,8 M€ de fin septembre 2006. Elle inclut une contribution négative de Mirro WearEver de 9,2 M€ (contre -2,6 M€ sur 1,5 mois en 2006).

Cette progression est principalement liée aux volumes et à la qualité des ventes réalisées. En effet, l'amélioration du mix-produit et la légère hausse des prix de vente compensent largement le surcoût des matières premières. Par ailleurs, la politique de strict contrôle des frais de structure porte ses fruits. Cette performance permet au Groupe de mettre en oeuvre une politique de soutien pour la

DIRECTION DE LA COMMUNICATION FINANCIERE

croissance future en intensifiant ses efforts en recherche et développement et en investissant beaucoup plus massivement, dès le 4^e trimestre, en marketing et en publicité.

Analyse de la dette

A fin septembre, la dette nette s'établit à 573 M€, en hausse de 111 M€ par rapport au 30 septembre 2006. Cette hausse est très essentiellement due à l'acquisition de 30% de la société chinoise Supor fin août, pour un montant de 115 M€. Hors ce financement, la dette serait donc en légère baisse, malgré le décaissement des frais de restructurations en France. A 69%, le ratio d'endettement reste confortable et il est représentatif de la situation du Groupe à la date du 30 septembre, qui se caractérise par un niveau traditionnellement élevé des stocks avant le démarrage de la « saison de Noël ».

—

L'activité des 9 premiers mois 2007 a fait l'objet d'un rapport de gestion, plus exhaustif que le présent communiqué. Il est disponible et téléchargeable sur le site internet du Groupe SEB www.groupeseb.com.

A propos du Groupe SEB

Le Groupe SEB est le leader mondial du petit équipement domestique. Présent dans plus de 120 pays grâce à ses marques prestigieuses : All-Clad, Arno, Calor, Krups, Lagostina, Mirro, Moulinex, Panex, Rowenta, Samurai, Seb, Tefal, WearEver.

Il emploie 13 800 personnes.

DIRECTION DE LA COMMUNICATION FINANCIERE

Chemin du Petit Bois – BP 172 – 69134 Ecully cedex France – Tél. 04.72.18.16.40 – Fax 04.72.18.15.99
Internet : <http://www.groupeseb.com> – comfin@groupeseb.com