

“ Madame, Monsieur,
Chers actionnaires,

2020 restera pour le monde entier une année de crise sanitaire sans précédent avec des conséquences économiques majeures.

Dans ce contexte difficile, le Groupe a enregistré des résultats 2020 qui démontrent la robustesse de son modèle. Il a gardé son cap de long terme en menant avec agilité sa stratégie de croissance externe avec l'acquisition de StoreBound, expert en gestion de communautés *online*.

Tout cela n'aurait pu être possible sans le courage et l'engagement de l'ensemble de nos collaborateurs, et je tiens à les remercier une nouvelle fois.

Dans un environnement encore incertain, notre activité Grand Public reste soutenue en ce début d'année et nous anticipons une possible normalisation de l'activité Professionnel au cours du second semestre. Nous devrions renouer en 2021 avec la croissance organique de nos ventes et avec la progression de notre Résultat Opérationnel d'Activité. Nous restons confiants dans nos fondamentaux, qui seront des atouts essentiels pour traverser cette période.

Je vous souhaite le meilleur ainsi qu'à vos proches, et je vous remercie de votre confiance et de votre fidélité.



Thierry de La Tour d'Artaise
Président-Directeur Général

T de la T d' |
-

Sommaire

VENTES 2020

PAGES 2-3

CHIFFRE
D'AFFAIRES
6 940 M€

- 5,6% - 3,8% à tpc*

RÉSULTAT OPÉRATIONNEL
D'ACTIVITÉ
605 M€

- 18,2% - 4,8% à tpc*

RÉSULTAT NET
301 M€

- 20,9%

DETTE NETTE au 31/12/2020

1 518 M€

- 479 M€ VS 31/12/2019

* tpc = taux de change et périmètre constants

RÉSULTATS 2020

PAGES 4-5

2020 : PRIORITÉ AU DIGITAL

PAGE 6

ACTUALITÉS PRODUITS

PAGE 7



ÉDITION SPÉCIALE ACTIONNAIRES

PAGES 8-10

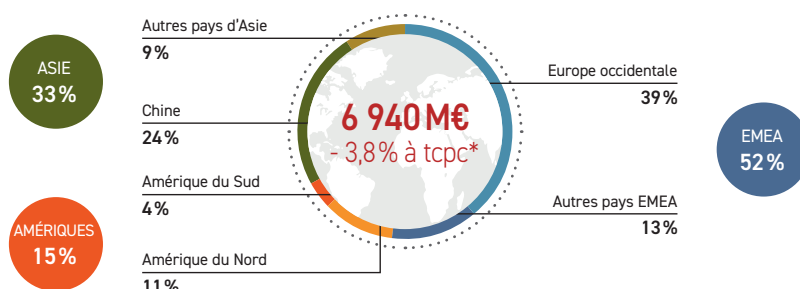
Au titre de l'exercice 2020, dividende proposé à l'AG 2021 :
2,14 € après attribution d'une action gratuite pour dix.

FORTE RÉSILIENCE ET SOLIDITÉ DU GROUPE FACE À LA CRISE : VENTES 2020

Dans un contexte de crise inédite, le Groupe SEB a réalisé en 2020 un chiffre d'affaires de **6 940 M€, en repli de 5,6% incluant une baisse organique limitée à 3,8%**, un effet devises de - 219 M€ (- 3,0%) lié à la dépréciation de nombreuses devises face à l'euro, et un effet périmètre (StoreBound essentiellement, acquise en juillet 2020) de + 81 M€ (+ 1,2%).

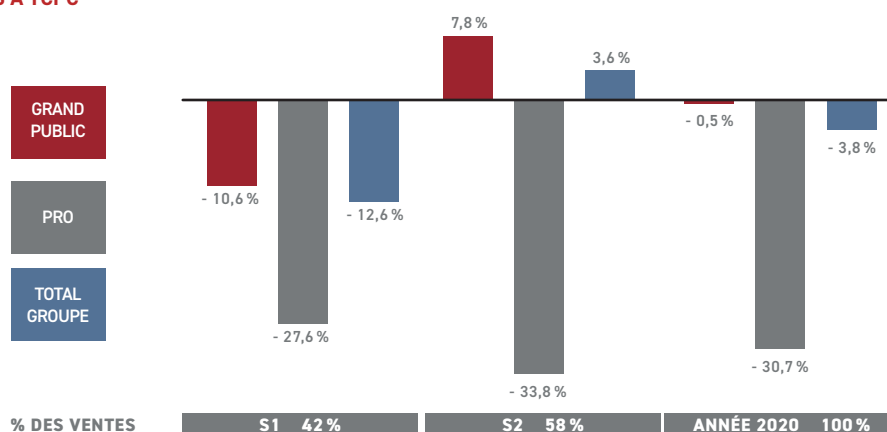
La résilience des ventes annuelles provient de l'**activité Grand Public, quasiment à l'équilibre à tcpc (- 0,5%)**, grâce au rebond marqué du second semestre (+ 7,8% à tcpc, contre - 10,6% à fin juin). La bonne tenue de la demande pour les produits dédiés à la maison ainsi qu'une **accélération des ventes en ligne** dans toutes les géographies ont permis de partiellement compenser la chute des ventes en magasins (fermetures imposées et/ou baisse de fréquentation).

RÉPARTITION GÉOGRAPHIQUE DES VENTES



en chiffres

ÉVOLUTION DES VENTES À TCPC



Pour l'activité professionnelle, les ventes 2020 se sont élevées à 535 M€, en baisse de 30,7% à tcpc.

L'année a commencé avec un effet de base exigeant auquel se sont ajoutés l'émergence de l'épidémie et l'activité **fortement restreinte dans le secteur de l'hôtellerie-restauration** depuis le deuxième trimestre.

Cette situation a conduit nos clients à suspendre, reporter ou réduire leurs investissements en équipement – machines à café – et a significativement limité les interventions de maintenance.

Dans ce contexte très difficile, l'activité commerciale s'est néanmoins poursuivie afin de saisir toutes les opportunités de développement futur et ainsi d'alimenter le réservoir de contrats.

* tcpc = taux de change et périmètre constants (= organique)

GRAND PUBLIC

En Europe occidentale, l'activité du Groupe a été en légère baisse organique sur l'année, à l'issue d'un second semestre en croissance soutenue. Celle-ci a été nourrie par la quasi-totalité des marchés européens (France, Portugal, Pays-Bas, Allemagne, Espagne, Italie...) et par une solide dynamique de toutes les catégories de produits (électrique culinaire et aspirateurs en tête).

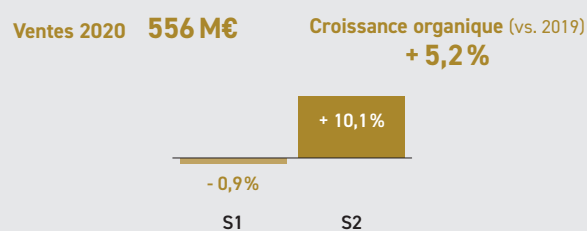
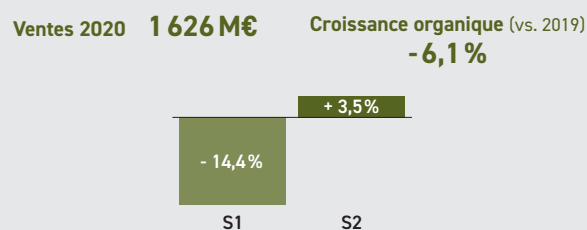
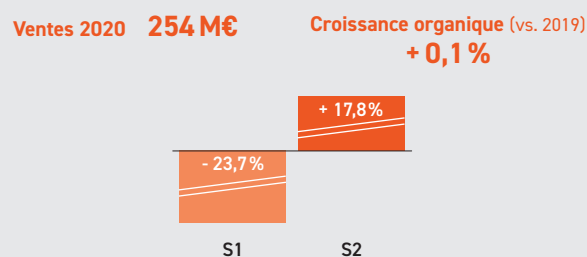
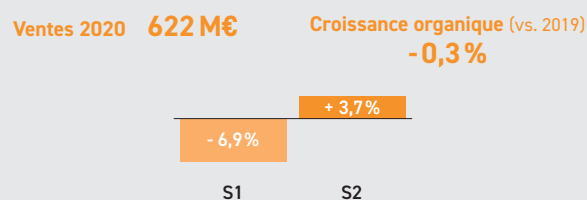
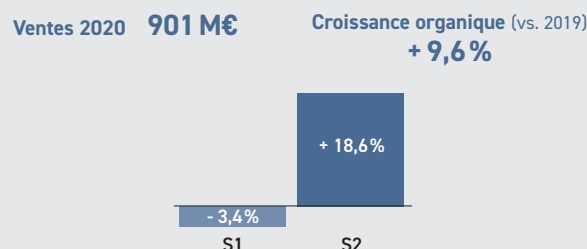
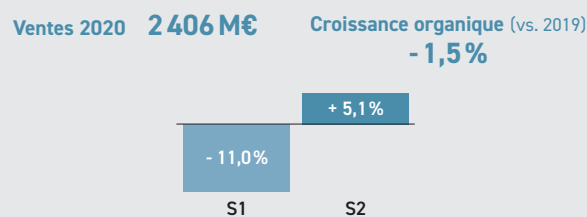
Dans les autres pays d'EMEA, le chiffre d'affaires annuel a progressé de près de 10% à tpcp grâce au remarquable redressement de l'activité au second semestre. Nos grands marchés (Russie, Pologne, Ukraine, Roumanie, Turquie...) et nos *best-sellers* (Optigrill, articles culinaires, aspirateurs...) ont été les principaux moteurs de la croissance. Les dépréciations significatives de plusieurs devises (rouble, livre turque...) ont toutefois été pénalisantes et ont conduit le Groupe à passer des hausses de prix compensatoires.

En Amérique du Nord, le Groupe a terminé l'année 2020 pratiquement à l'équilibre à tpcp, les retraits d'activité au Canada et au Mexique étant presque compensés par la performance aux États-Unis. Dans ce pays, le chiffre d'affaires en dollars a progressé de près de 6%, porté par de belles performances en Articles culinaires, sous nos trois marques emblématiques T-Fal, All-Clad et Imusa. A contrario, l'activité en Soins du linge a été fortement pénalisée par un marché en baisse. La société StoreBound, acquise en juillet 2020 et consolidée sur cinq mois, a apporté une première contribution robuste, sur la base d'un chiffre d'affaires annuel supérieur à 120 millions de dollars, en croissance de plus de 50% par rapport à 2019.

En Amérique du Sud, les ventes publiées sont en retrait de plus de 20% sur l'année, du fait de la dépréciation significative du real brésilien et du peso colombien, notamment, mais sont stables à tpcp. La dynamique du second semestre a été alimentée par une bonne saison en ventilateurs au Brésil ainsi que par une demande très soutenue pour l'Électrique culinaire (cuisson électrique, préparation des aliments) et les Articles culinaires au Brésil et en Colombie.

La Chine, premier pays à avoir été impacté par la crise Covid-19, a connu en 2020 une activité très contrastée. En Articles culinaires, les ventes annuelles ont été fortement pénalisées par la fermeture prolongée du site industriel de Wuhan, dédié au marché domestique. En Petit électroménager, les performances ont été hétérogènes selon les lignes de produits, les blenders à grande vitesse restant les champions en électrique culinaire. Par ailleurs, l'intensification de l'activation digitale et le ciblage accru des *millennials* a été au cœur des priorités de Supor.

Dans les autres pays d'Asie, la quasi-totalité des marchés a contribué à la croissance du chiffre d'affaires annuel et à la vitalité du second semestre, malgré la recrudescence de l'épidémie dans plusieurs pays en fin d'année. Au Japon, le succès confirmé de nos catégories phares (Articles culinaires notamment) et une dynamique multicanale alliant la distribution physique et *online* ont porté les ventes. En Corée, l'extension de l'offre et des référencement gagnés ont été des moteurs importants de l'activité en 2020. Dans pratiquement tous les autres pays, notre développement s'est poursuivi et amplifié.



RÉSULTATS 2020

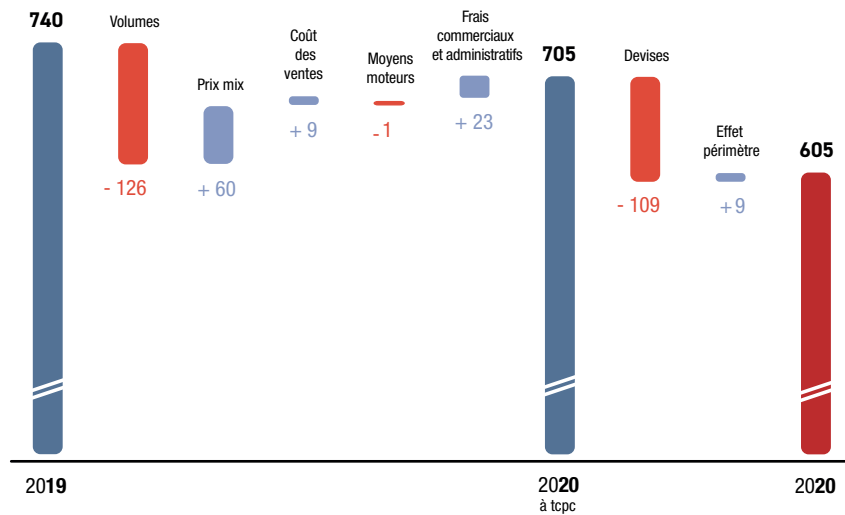
RÉSULTAT OPÉRATIONNEL D'ACTIVITÉ (ROPA)

Le Groupe a réalisé en 2020 un ROPA de 605 M€. En retrait de 18,2% par rapport à 2019, il est toutefois meilleur qu'attendu grâce à une activité au quatrième trimestre qui s'est révélée plus soutenue qu'anticipé. Fortement impacté par les parités monétaires (- 109 M€, du fait d'un contexte devises très dégradé au second semestre), il intègre un effet périmètre de 9 M€, principalement lié à la consolidation de

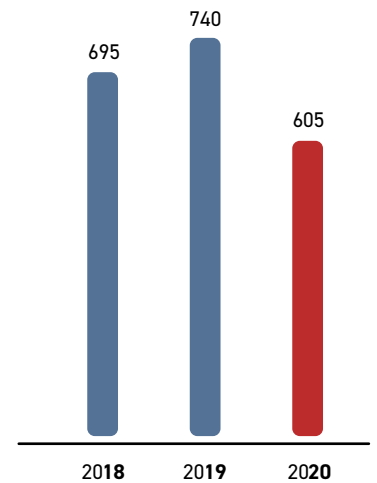
StoreBound. À taux de change et périmètre constants, le ROPA 2020 s'est établi à 705 M€, en repli de 4,8% seulement.

On notera que, dans un contexte de crise inédit, le Groupe a réalisé 80% de son ROPA 2020 au second semestre. Cette performance doit être mise au compte de la reprise d'activité en Grand Public ainsi qu'à la mobilisation remarquable de l'ensemble des équipes.

CONSTRUCTION DU RÉSULTAT OPÉRATIONNEL D'ACTIVITÉ (ROPA), 2019-2020 EN M€



ÉVOLUTION DU RÉSULTAT OPÉRATIONNEL D'ACTIVITÉ (ROPA) SUR 3 ANS EN M€



en chiffres

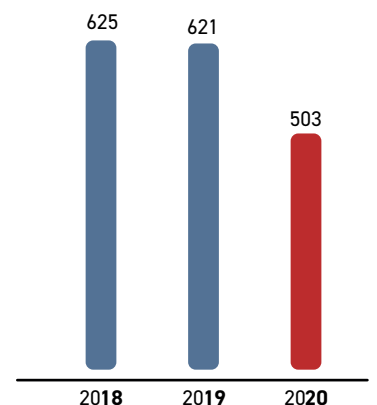
ÉVOLUTION DES RÉSULTATS D'EXPLOITATION (REX), FINANCIER ET NET

Le Résultat d'exploitation 2020 s'élève à 503 M€, contre 621 M€ en 2019. Il intègre une charge d'intéressement et de participation de 24 M€, contre 35 M€ en 2019, la baisse reflétant le retrait des résultats des entités françaises. Il inclut également d'autres produits et charges, à hauteur de - 78 M€ (- 82 M€ en 2019). Ces charges sont à hauteur des deux tiers relatives à la finalisation de la restructuration de l'activité Grand Public de WMF ainsi qu'à une réorganisation du business Professionnel, très impacté par la baisse d'activité du secteur de l'hôtellerie-restauration.

Le Résultat financier s'établit, comme en 2019, à - 61 M€.

Le Résultat net part du Groupe s'élève à 301 M€, contre 380 M€ en 2019. Il s'entend après charge d'impôt de 94 M€ et après intérêts des minoritaires de 48 M€ (Supor, StoreBound).

ÉVOLUTION DU REX EN M€



BILAN ET STRUCTURE FINANCIÈRE

ÉVOLUTION DE L'ENDETTEMENT NET

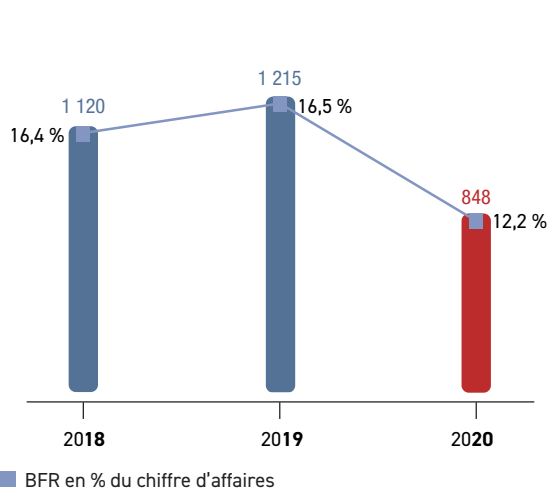
Au 31 décembre 2020, les capitaux propres s'élevaient à 2 735 M€, en augmentation de 107 M€ par rapport à fin 2019. La dette nette, quant à elle, était de 1 518 M€ (dont 339 M€ de dette IFRS 16), contre 1 997 M€ un an auparavant, soit une baisse de 479 M€.

Cette diminution significative de la dette s'explique principalement par une génération de trésorerie d'exploitation record de 752 M€ sur

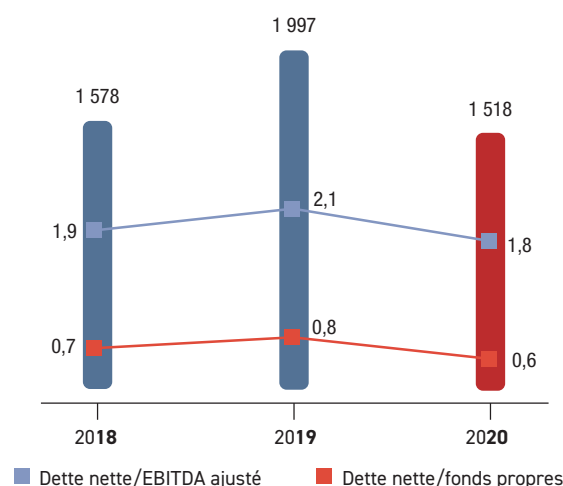
l'exercice. Celle-ci est liée notamment à l'amélioration marquée du besoin en fonds de roulement (BFR), qui s'élève à 848 M€, en baisse de 367 M€ par rapport à l'année précédente et représentant 12,2% des ventes.

Ce ratio très bas de BFR/ventes a un caractère exceptionnel, du fait de la conjoncture particulière de 2020, et ne saurait être extrapolé en 2021.

ÉVOLUTION DU BFR EN M€



DETTE NETTE EN M€



Premier trimestre 2021 : un début d'année extrêmement dynamique

Les ventes du Groupe SEB pour le premier trimestre 2021 se sont établies à 1 852 M€, en hausse de 27,4% (+ 30,9% à tcpc) par rapport au premier trimestre 2020.

Cette excellente performance est nourrie par l'activité Grand Public, en progression de 39,1% à tcpc.

L'ensemble de nos produits et géographies contribuent à ce rebond, résultat de la conjugaison de plusieurs facteurs positifs :

- dans la lignée du second semestre 2020, une demande très soutenue pour le Petit électroménager et les articles culinaires ;

- une dynamique toujours solide des ventes en ligne, et qui se pérennise ;
- un environnement globalement moins promotionnel se traduisant par des ventes de qualité ;
- une base de comparaison faible issue de l'effet très pénalisant sur l'activité des mesures de restriction mises en place à l'apparition de l'épidémie de Covid-19 au premier trimestre 2020.

A contrario, l'activité Professionnelle affiche une baisse de son chiffre d'affaires de 26,2% à tcpc par rapport à un premier trimestre 2020, moins heurté par la crise de Covid-19 que le Grand Public.

Le Résultat Opérationnel d'Activité (ROPA) du premier trimestre 2021 s'élève à 198 M€, contre 18 M€ au 31 mars 2020 (et 138 M€ au premier trimestre 2019). La vitalité et la qualité des ventes ainsi que le retour à une activité industrielle forte (vs des arrêts de production liés au Covid-19 au premier trimestre 2020) sont les vecteurs principaux du redressement du ROPA au 31 mars 2021, qui intègre par ailleurs un effet devises négatif de 28 M€. Les surcoûts relatifs aux matières premières, composants et fret sont restés limités au premier trimestre.

Perspectives 2021

Après un excellent premier trimestre 2021, le Groupe anticipe des ventes encore très dynamiques au deuxième trimestre, sur un historique 2020 favorable, avec une activité Grand Public toujours tirée par une très forte demande et un rebond en Café Professionnel lié à la livraison de contrats ponctuels.

Le Groupe s'attend par ailleurs à un second semestre stable par rapport à 2020, du fait d'une base de comparaison exigeante, des

incertitudes sur l'évolution de la demande en petit équipement domestique et de l'aléa sur le rythme de reprise en Café Professionnel.

Dans ces conditions et sur la base de ces hypothèses :

- la croissance des ventes publiées 2021 pourrait être d'environ 10%, incluant un impact devises négatif de l'ordre de -100 M€ ;
- la marge opérationnelle d'activité pourrait être proche de 10%, incluant des surcoûts (devises, matières et composants, fret) plus

impactants qu'initialement anticipé, estimés actuellement à -140 M€ sur le Résultat Opérationnel d'Activité.

Le Groupe reste confiant dans sa capacité à renouer dès cette année avec son parcours de croissance rentable et responsable, après un exercice 2020 totalement atypique. Il s'appuie sur un modèle stratégique solide et équilibré qui permet de s'adapter aux impératifs de court terme sans jamais perdre de vue le cap de long terme.

2020 : PRIORITÉ AU DIGITAL

L'année 2020 aura été marquée par une accélération significative de **notre stratégie digitale**. Parce qu'elle permet davantage de proximité avec nos consommateurs – ce qui s'est avéré crucial dans le contexte de la crise Covid-19 –, à travers notamment des offres plus ciblées et un accès à des communautés de consommateurs, en particulier les *millennials*.

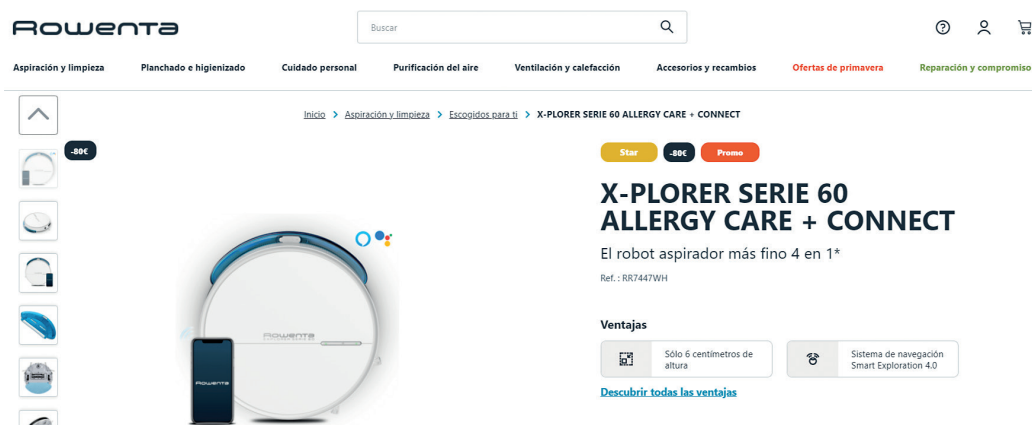
La croissance de **plus de 20 % du e-commerce** (représentant **35 %** de nos ventes Grand Public en 2020, contre 27% en 2019) a été alimentée par :

- une communication plus digitale, avec par exemple de grands événements en ligne fondés sur le *Live streaming* (Supor en Chine, le **Grand Live Moulinex en France avec Cyril Lignac...**) ;
- une présence renforcée avec nos ambassadeurs via **une vingtaine de partenariats dans le monde** avec des chefs et l'appui d'influenceurs largement suivis sur les réseaux sociaux ;
- le développement du *Direct to Consumer (DTC)* en ligne grâce au **déploiement de nos plateformes de vente** (sites marchands de marques et places de marché).



Développement du DTC en ligne

En 2020, le Groupe SEB a continué à renforcer sa présence sur les places de marché dans de nombreux pays comme la Pologne, la Russie, le Brésil, la Chine, etc. À fin 2020, il disposait ainsi d'une **centaine de points de vente Direct to Consumer (DTC)** en ligne, dont **30 nouvellement ouverts en 2020** incluant par exemple ceux de Rowenta en Europe (France, Italie, Espagne, Allemagne), All-Clad aux États-Unis, ou encore Tefal et Lagostina au Canada.



SEB Alliance investit dans Chefclub ORIGINAL



L'investissement dans Chefclub est la rencontre du leader mondial du Petit électroménager et de la marque FoodTech ayant la plus forte progression sur les réseaux sociaux en 2020 : **1,6 milliard de vues mensuelles** à fin décembre et plus de **700 000 livres vendus**.

Ce partenariat s'est concrétisé par le lancement d'une gamme de produits sous licence « Chefclub by Tefal » commercialisée dans les canaux de distribution classiques, mais également sur les sites de vente en ligne de Tefal et Chefclub.

Grand Live Moulinex : rencontre virtuelle avec les consommateurs

Pour répondre à notre objectif d'aller à la rencontre de nos consommateurs de façon plus digitale, nous avons lancé le premier *Live* dans le domaine du Petit électroménager, diffusé sur un site d'e-commerce, pour présenter les derniers modèles « Touch » connectés du multicuiseur Cookéo et du robot cuiseur Cuisine Companion.

Cette émission réalisée en triplex et incarnée par des chefs reconnus, dont Cyril Lignac, des influenceurs et

des consommateurs depuis leur cuisine a remporté un vif succès, totalisant **333 000 vues** en direct et près de **4 millions en replay**.

Après le succès de cette première édition, Moulinex va proposer une nouvelle expérience digitale inédite du 19 au 26 mai 2021.

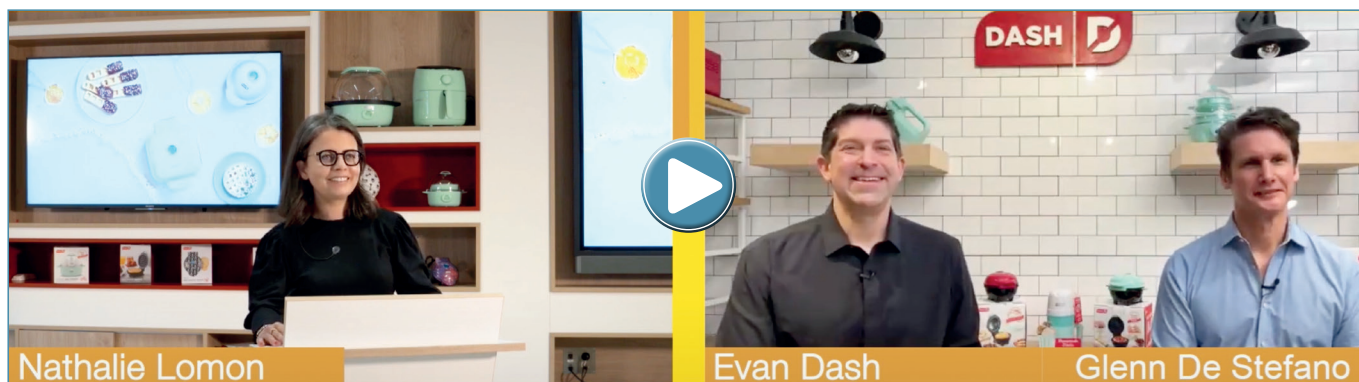
Pendant une semaine, chefs et influenceurs d'exception partiront à la rencontre de quatre familles pour cuisiner leur « fait-maison » ensemble, dans leur cuisine.



Investor Day digital dédié à StoreBound

Le Groupe a organisé le 18 mars 2021 un webinar à l'intention de la communauté financière afin de présenter la société StoreBound, dans laquelle il a pris une participation majoritaire en juillet 2020. Pour StoreBound, les intervenants étaient Evan Dash, fondateur et PDG, et Glenn de Stefano, Directeur général ; Nathalie Lomon, Directrice Générale Adjointe en charge des Finances, représentait le Groupe SEB.

D'une durée d'une heure, en duplex entre le Campus SEB d'Écully et les bureaux de StoreBound à New York, ce webinar a permis d'expliquer en détails à une cinquantaine d'analystes financiers et d'investisseurs le *business model* particulier de l'entreprise, ses performances, ses perspectives et les synergies qui pourront être mises en œuvre entre SEB et StoreBound. Le replay (en anglais, exclusivement) de ce webinar est disponible [ici](#).



UNE OFFRE PRODUITS CONSTAMMENT ADAPTÉE AUX NOUVEAUX BESOINS

Atelier Krups Nespresso : l'agitateur innovant

Lancée en mars 2020, cette nouvelle machine à café à dosette Nespresso, commercialisée sous marque Krups, est fabriquée dans notre usine de Mayenne. Elle est dotée d'une technologie innovante permettant de préparer des boissons lactées sans pot à lait grâce à un agitateur à vapeur intégré, facile à nettoyer.



Nouvelle gamme Tefal : avant-première en Corée

Le Groupe renouvelle ses grandes gammes internationales d'Articles culinaires tous les cinq ans environ. La nouvelle offre a été lancée en avant-première en Corée au quatrième trimestre 2020, en mode digital et avec l'appui d'un chef coréen renommé, Sedeuk Oh.

La gamme comprend trois innovations majeures : un revêtement anti-rayures pour une durabilité jusqu'à six fois supérieure, une base à induction épaisse pour une répartition rapide et uniforme de la chaleur, et, surtout, la nouvelle version du Thermospot. Elle sera déployée à l'international en 2021.



en lumière

Kitchen Chef Supor, le nouveau robot cuiseur ultra-versatile

L'un des axes majeurs de la dynamique d'innovation de Supor en Chine est l'ouverture de nouvelles catégories pour enrichir l'offre. Lancé en mars 2021, Kitchen Chef est un robot cuiseur ultra-versatile qui vient compléter l'assortiment en préparation culinaire, actuellement largement fondé sur les blenders.

Muni d'un écran tactile et connecté, il se positionne en haut de gamme et son lancement s'accompagne d'une solide activation marketing.



SOIN DE LA MAISON : UNE OFFRE QUI S'ENRICHIT

X-Plorer Serie 60 : le nouvel aspirateur robot connecté de Rowenta



Sur le marché en plein essor de l'aspirateur robot, Rowenta a ouvert, avec le lancement de sa gamme X-Plorer Series, une nouvelle saga dont X-Plorer 60 devient un étendard majeur. Il se démarque par sa finesse (6 cm), son système de navigation intelligent (gyroscope, caméras latérales, capteurs), sa connectivité (WiFi, assistants vocaux) et, bien entendu, ses hautes performances en matière de filtration des particules de poussière, cruciale en cas d'allergies et de nettoyage des poils d'animaux.

CUBE, défroisseur haute pression mobile

Lancé au premier semestre 2021 sous les marques Rowenta et Calor, CUBE est le premier défroisseur haute pression et mobile. Il vient enrichir l'offre « Maison saine » du Groupe. Doté d'une technologie haute pression de 5,8 bars, aussi puissante qu'une centrale vapeur, CUBE est LA solution innovante qui permet de défroisser les textiles, d'assainir son intérieur et d'éliminer jusqu'à 99,99% des virus et bactéries. La haute pression est au cœur du savoir-faire industriel du Groupe, qui produit l'appareil dans son site français de Pont-Évêque dédié au Soins du linge. CUBE est commercialisé dans une quinzaine de pays européens.



En café professionnel aussi...

Schaerer Soul : le café personnalisé et connecté !

La gamme Soul de Schaefer s'étoffe avec de nouveaux modèles de machines à café qui permettent encore plus de personnalisation (options additionnelles, design, interface utilisateur...) et sont tous connectés sur la plateforme Schaefer Coffee Link.

Édition Spéciale Actionnaires

Merci pour votre soutien et votre confiance

ATTRIBUTION GRATUITE D'ACTIONS

Dans l'optique de fidéliser nos actionnaires et de faire croître leur portefeuille de titres SEB, nous avons procédé début mars à une **attribution gratuite d'actions à leur profit**. L'opération a été menée conformément à la décision du Conseil d'administration du 23 février 2021 d'augmenter le capital social par incorporation de réserves.

Cette augmentation de capital a été réalisée le 3 mars dernier par création de **5 030 706 actions nouvelles de 1 € de nominal**, entièrement libérées, et elle s'est matérialisée par l'attribution à tous les actionnaires **d'UNE action gratuite pour DIX détenues**. Ces nouvelles actions portent les mêmes droits que les actions d'origine (droits de vote doubles, dividende majoré) ; elles donneront notamment **droit au dividende sur l'exercice 2020 versé en 2021**.

RETOUR DU DIVIDENDE À UN NIVEAU PLUS NORMATIF : 2,14 € PAR ACTION

En 2020, le Groupe avait décidé de réduire d'un tiers (par rapport à la proposition initiale du Conseil) le montant du dividende versé au titre de l'exercice 2019 afin de tenir compte des effets de la crise sanitaire et conformément aux recommandations de l'AFEP.

Conscient de l'effort demandé l'an dernier et s'appuyant sur des performances 2020 finalement meilleures qu'anticipé ainsi que sur sa confiance dans l'avenir du Groupe, le Conseil d'administration a souhaité remercier les actionnaires pour leur soutien et leur confiance en proposant à l'Assemblée générale du 20 mai prochain de ramener le dividende à un niveau plus « normatif » de **2,14€ par action**.

Et toujours... pour mémoire



Prime de fidélité de 10%
pour les actionnaires détenteurs d'actions
inscrites au nominatif depuis plus de deux ans*



Au titre de l'exercice 2020,
le dividende majoré s'établit ainsi à **2,35 € par action**.

* Détenions inférieures à 0,5% du capital pour un même actionnaire

Mise en place d'une holding de renforcement du contrôle familial



Les actionnaires familiaux du Groupe SEB, signataires du pacte d'actionnaires conclu le 27 février 2019, détiennent de concert 31,9% du capital. Ce concert composé de 260 personnes physiques est organisé autour de GÉNÉRACTION et de VENELLE INVESTISSEMENT.

Afin de pérenniser le contrôle familial et de renforcer les liens avec le Groupe SEB, les actionnaires familiaux concertistes ont mis en place le 12 mars 2021 une holding familiale de renforcement. Cette holding, dénommée HRC (Holding de Renforcement du Contrôle) a reçu ce même jour une part importante des actions SEB

détenues par les concertistes, soit 6,4% du capital de SEB SA, le concert continuant à détenir globalement 31,9% du capital. Il est précisé que HRC est partie au pacte d'actionnaires du 27 février 2019 et est à ce titre membre du concert.

Fort de cet actif, et par le recours à la dette, HRC aura pour objet l'acquisition de titres SEB. Cet objectif sera poursuivi dans le temps, de manière progressive et dans le respect des règles boursières.

Cette opération traduit le très fort attachement du concert familial au Groupe SEB, qui renouvelle à cette occasion sa confiance dans le modèle de croissance durable du Groupe et sa volonté de l'accompagner sur le long terme.

Cette nouvelle étape s'inscrit dans la continuité du pacte d'actionnaires de février 2019. La holding sera dirigée par deux membres de la 7^e génération de la famille Lescuré.

ASSEMBLÉE GÉNÉRALE 2021

Nous vous informons que l'Assemblée générale de SEB S.A. se tiendra le jeudi 20 mai 2021 à 15 heures, à huis clos, dans les locaux du siège de la société à Écully (Rhône), sans la présence physique des actionnaires, et sera diffusée en direct sur notre site Internet www.groupeseb.com

Dans ce contexte, les votes ne seront pas possibles le jour de l'Assemblée générale, aucune carte d'admission ne sera délivrée et les actionnaires pourront exercer leur droit de vote uniquement à distance et préalablement à l'Assemblée générale.

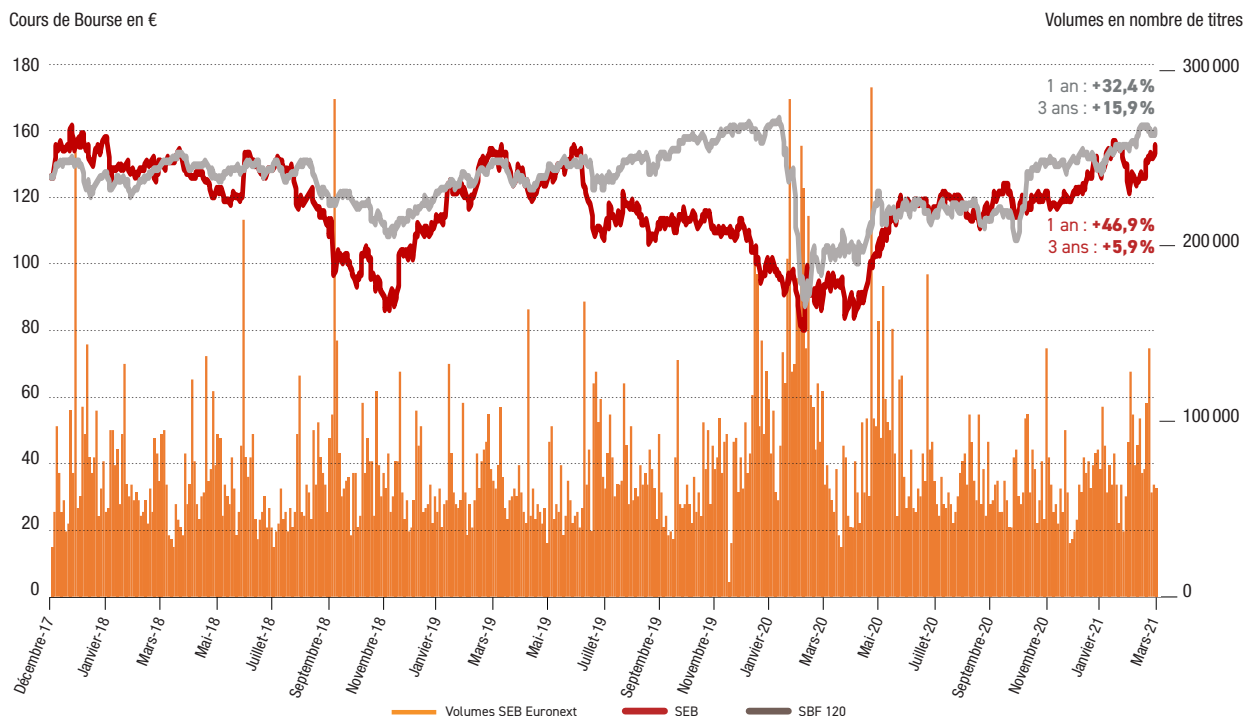
Les actionnaires sont donc invités à :

- voter par correspondance à l'aide du formulaire de vote ou par Internet sur la plateforme de vote sécurisée VOTACCESS,
- ou donner pouvoir au Président de l'Assemblée générale ou à une personne de leur choix.



en bourse

ÉVOLUTION DU COURS DE L'ACTION DEPUIS LE 31/12/2017



PERFORMANCE 2020

Cours de clôture au 31/12/2020	149,00 €
Capitalisation boursière au 31/12/2020	7 496 M€
+ haut (en séance)	153,30 €
+ bas (en séance)	86,35 €
Moyenne de l'année (cours de clôture)	132,79 €
Moyenne des 30 derniers cours de l'année 2020	146,52 €
Moyenne des transactions journalières en actions	68 839

Nous contacter

Actionnaires individuels

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

Actionnaires nominatifs

Pour toute demande relative à votre compte nominatif pur, contactez :
 BP2S – Corporate Trust Services – Service Titres SEB
 Grands Moulins de Pantin - 9, rue du Débarcadère - 93761 Pantin Cedex - France
 +33 (0)1 57 43 90 00
 Formulaire de contact disponible sur :
<https://planetshares.bnpparibas.com/login>

Investisseurs et Analystes

Direction de la Communication Financière et des Relations Investisseurs
 + 33 (0)4 72 18 16 40 - comfin@groupeseb.com
 Campus SEB - 112, chemin du Moulin-Carron - 69130 Écully - France

AGENDA 2021

20/05 - 15 heures	Assemblée générale
23/07 - avant Bourse	Ventes et résultats S1 2021
26/10 - après Bourse	Ventes et informations financières 9 mois 2021

FICHE SIGNALÉTIQUE

Société anonyme au capital de 55 337 070 €
 Divisé en 55 337 070 actions de 1 € de nominal
 Cotation : Euronext Paris, Compartiment A
 Code ISIN : FR0000121709
 Reuters : SEBF.PA
 Bloomberg : SK.FP

