

29 octobre 2019 – 18h00

Ventes et informations financières des 9 premiers mois 2019



1

EXCELLENT TRIMESTRE DANS UN ENVIRONNEMENT PLUS TENDU

RESULTATS

- Ventes 9 mois : 5 114 M€, + 10,5 %, + 8,1 % à tcpc*
- Ventes du 3^e trimestre : 1 777 M€, + 10,9 %, + 7,7 % à tcpc*
- Résultat Opérationnel d'Activité (ROPA) 9 mois : 407 M€, + 9,3 %
- Dette nette financière : 2 459 M€ (dont 344 M€ de dette IFRS 16)

OBJECTIFS 2019

- Maintien d'une solide croissance des ventes à tcpc, ajustée entre + 6 % et + 7 %, vs plus de 7 % auparavant
- Progression confirmée du ROPA publié, autour de + 6 %

COMMENTAIRES GENERAUX SUR LES PERFORMANCES DU GROUPE

Dans un environnement mondial qui s'est considérablement durci pendant l'été (ralentissement général de la conjoncture, guerre commerciale entre les Etats-Unis et la Chine), le Groupe SEB a réalisé au 3^e trimestre de très bonnes performances. Elles se reflètent dans la poursuite d'une croissance robuste des ventes et dans la progression du Résultat Opérationnel d'Activité.

Sur 9 mois, le chiffre d'affaires s'est élevé à 5 114 M€, en progression de 10,5 %. Celle-ci intègre une croissance organique de + 8,1 %, un effet devises de + 1,0 % et un effet périmètre de + 1,4 % comprenant la consolidation de Wilbur Curtis depuis le 8 février, et celle de notre joint-venture égyptienne dans sa nouvelle configuration.

Le Résultat Opérationnel d'Activité (ROPA) à fin septembre s'est établi à **407 M€, en progression de 9,3 %** par rapport aux 9 premiers mois de 2018. Il intègre un **effet devises de - 1 M€** ainsi qu'un **effet périmètre (Wilbur Curtis et JV Egypte) et méthode (IFRS 16) de + 15 M€**.

Au 30 septembre 2019, la dette financière nette était de **2 459 M€** contre 2 105 M€ à fin septembre 2018 (à saisonnalité identique). Elle intègre la constatation de la dette IFRS 16, pour 344 M€, ainsi que les acquisitions de Wilbur Curtis et de Krampouz.

* tcpc : à taux de change et périmètre constants

DETAIL DE L'ACTIVITE PAR ZONE GEOGRAPHIQUE

Ventes en M€	9 mois 2018	9 mois 2019	Variation 2019/2018		T3 2019 tpc
			Parités courantes	tcpc*	
EMEA	2 053	2 180	+ 6,2 %	+ 5,7 %	+ 7,1 %
Europe occidentale	1 536	1 586	+ 3,2 %	+ 3,1 %	+ 2,4 %
Autres pays	517	594	+ 15,0 %	+ 13,4 %	+ 21,7 %
AMERIQUES	573	630	+ 10,2 %	+ 8,7 %	+ 11,6 %
Amérique du Nord	357	400	+ 12,2 %	+ 6,5 %	+ 11,2 %
Amérique du Sud	216	230	+ 6,8 %	+ 12,3 %	+ 12,5 %
ASIE	1 544	1 715	+ 11,1 %	+ 9,3 %	+ 7,7 %
Chine	1 192	1 339	+ 12,3 %	+ 11,1 %	+ 7,5 %
Autres pays	352	376	+ 7,1 %	+ 3,1 %	+ 8,2 %
TOTAL Grand Public	4 170	4 525	+ 8,5 %	+ 7,5 %	+ 8,0 %
Professionnel	458	589	+ 28,6 %	+ 14,4 %	+ 4,6 %
GROUPE SEB	4 628	5 114	+ 10,5 %	+ 8,1 %	+ 7,7 %

*tcpc : taux de change et périmètre constants

Chiffres arrondis en M€

% calculés sur chiffres non arrondis

La solide dynamique à taux de change et parités constantes se décompose comme suit :

- **Activité Grand Public, + 7,5 %** : croissance alimentée par toutes les zones géographiques et toutes les lignes de produits. A une progression solide de l'activité courante s'est ajouté un volume de programmes de fidélisation sensiblement plus important qu'en 2018.
- **Activité Professionnelle, + 14,4 %** : comme annoncé, la croissance de l'activité Café Professionnel s'est atténuée au 3^e trimestre sur un historique 2018 beaucoup plus exigeant.

COMMENTAIRES ACTIVITE GRAND PUBLIC PAR ZONE GEOGRAPHIQUE

Ventes en M€	9 mois 2018	9 mois 2019	Variation 2019/2018		T3 2019 tcpc
			Parités courantes	tcpc*	
EMEA	2 053	2 180	+ 6,2 %	+ 5,7 %	+ 7,1 %
Europe occidentale	1 536	1 586	+ 3,2 %	+ 3,1 %	+ 2,4 %
Autres pays	517	594	+ 15,0 %	+ 13,4 %	+ 21,7 %

EUROPE OCCIDENTALE

Dans un marché contrasté, la croissance organique des ventes du Groupe en Europe de l'Ouest s'est établie à 3,1 % à fin septembre, à l'issue d'un 3^e trimestre à + 2,4 %. Une activité courante ferme et d'importants programmes de fidélisation ont été les composants de cette croissance.

En France, notre chiffre d'affaires à fin septembre est en très légère progression, à l'issue d'un 3^e trimestre en croissance ferme (+ 5 %). Celle-ci est à la fois nourrie par un programme de fidélisation et par la poursuite d'une solide dynamique en aspirateurs versatiles, machines expresso automatiques, défroisseurs, gammes *brunch*... L'appareil à gâteaux Cake Factory a pour sa part confirmé son succès commercial. A l'inverse, l'activité est restée compliquée en repassage (fers et générateurs) et en aspirateurs traîneaux, du fait de la contraction de ces marchés.

En Allemagne, les derniers mois ont confirmé la décélération conjoncturelle observée au printemps, qui s'est traduite par une activité plus tendue, en dépit du succès de nos produits phares (aspirateurs versatiles et grills). Le chiffre d'affaires en Allemagne intègre en outre des régularisations comptables négatives suite au constat récent chez Groupe SEB Deutschland de pratiques commerciales dérogatoires aux principes du Groupe.

Au Bénélux, les ventes à fin septembre sont en solide croissance, avec un 3^e trimestre toutefois pénalisé par un historique 2018 élevé (programmes de fidélisation) aux Pays-Bas, mais toujours très tonique en Belgique, grâce à plusieurs produits champions ainsi que le Cake Factory ou les yaourtières.

Enfin, la dynamique est restée très robuste en Italie (activité courante et programme de fidélisation en Articles culinaires) et au Portugal, où de belles performances ont été réalisées sur l'ensemble des catégories de produits.

En Espagne, l'activité du trimestre est restée bien orientée.

AUTRES PAYS EMEA

Avec un chiffre d'affaires en progression de près de 22 % à tcpc, la zone a signé une performance record et est devenue le premier contributeur à la croissance du Groupe au 3^e trimestre. L'accélération de la croissance est à mettre au compte de la quasi-totalité de nos grands marchés et s'appuie sur l'ensemble des circuits de distribution. En outre, l'essor de notre activité sur les plateformes de *e-commerce* et l'augmentation robuste des ventes de notre réseau de magasins en propre ont fermement contribué à cette dynamique.

En Europe centrale, la forte croissance a été alimentée à la fois par la vigueur de l'activité courante -soutenue par des marchés en forte croissance- et par des programmes de fidélisation. Elle se traduit par des gains de parts de marché.

En Russie, nous avons accentué au 3^e trimestre notre surperformance par rapport au marché et continué à renforcer nos positions en petit électro-ménager. En parallèle, la dynamique de développement est restée très forte en Asie centrale (Kazakhstan en particulier). L'Ukraine a confirmé ses très belles performances, notamment en aspirateurs versatiles et en machines à café expresso automatiques.

Enfin, en Turquie, le contexte général tendu a continué à peser sur l'activité. Toutefois, grâce notamment au développement local de produits dédiés au marché domestique, nos ventes en livres turques ont été stables au 3^e trimestre.

Ventes en M€	9 mois 2018	9 mois 2019	Variation 2019/2018		T3 2019 tcpu
			Parités courantes	tcpu*	
AMERIQUES	573	630	+ 10,2 %	+ 8,7 %	+ 11,6 %
Amérique du Nord	357	400	+ 12,2 %	+ 6,5 %	+ 11,2 %
Amérique du Sud	216	230	+ 6,8 %	+ 12,3 %	+ 12,5 %

AMERIQUE DU NORD

Dans un environnement monétaire favorable depuis le début de l'année pour les 3 devises de la zone, les ventes à fin septembre progressent de plus de 12 %, avec une croissance organique de 6,5 %, soutenue par un 3^e trimestre vigoureux.

Cette forte dynamique au 3^e trimestre est à associer principalement au démarrage d'une opération commerciale en électrique culinaire ainsi qu'à la mise en place, aux Etats-Unis, d'un assortiment de produits Rowenta en soin du linge dans des enseignes de la grande distribution. Le Groupe réalise par ailleurs aux USA des performances très satisfaisantes sous ses marques T-Fal, All-Clad et Imusa, dans un marché des Articles culinaires toujours en baisse, renforçant ainsi ses positions. La situation de la distribution demeure toutefois très tendue et la demande ralentit. En outre, la mise en place progressive des tarifs douaniers à partir de septembre pour les produits importés de Chine concernera finalement les Articles culinaires ainsi que le petit électroménager (PEM) avec vraisemblablement des incidences sur la consommation.

Si au Canada, le contexte général et l'activité courante restent compliqués, à l'inverse, au Mexique, les ventes des 3 derniers mois ont été particulièrement toniques, alimentées par les Articles culinaires et les gammes *brunch*, et accélérées par un nouveau programme de fidélisation avec l'un de nos clients-clés.

AMERIQUE DU SUD

L'écart marqué entre la croissance en euros et celle à taux de change et périmètre constants provient de la dépréciation continue du real brésilien et des pesos colombien et argentin. Corrigée de ces effets devises pénalisants, la progression de nos ventes en Amérique du Sud est de plus de 12 %, tant sur 9 mois que sur le trimestre. Cette croissance organique solide intègre cependant des tendances contrastées.

Au Brésil, qui représente environ les deux tiers de notre chiffre d'affaires sur la zone, le redressement de l'activité observé au 1^{er} semestre, sur une base 2018 faible -notamment au 2^e trimestre- s'est sensiblement ralenti au 3^e trimestre. Ce ralentissement a été compensé par la reconnaissance d'une créance fiscale de 8 M€, à l'instar de celle de 32 M€ prise en compte au 4^e trimestre 2018. Hors cet élément non récurrent, nos ventes au Brésil seraient en légère croissance au 3^e trimestre, malgré l'intensification de la pression concurrentielle et promotionnelle qui a pesé sur nos ventes dans plusieurs catégories de produits (repassage et préparateurs culinaires notamment).

En revanche, la croissance s'est poursuivie en ventilateurs, grâce à des conditions météorologiques favorables. L'activité a été bien orientée en préparation des boissons et elle se développe progressivement en électrique culinaire.

En Colombie, le Groupe a réalisé un très bon 3^e trimestre, tiré par une solide dynamique en ventilateurs et par le déploiement progressif de la gamme de friteuses « sans huile ». Les Articles culinaires et ustensiles affichent pour leur part des ventes stables sur le trimestre.

Ventes en M€	9 mois 2018	9 mois 2019	Variation 2019/2018		T3 2019 tccpc
			Parités courantes	tccpc*	
ASIE	1 544	1 715	+ 11,1 %	+ 9,3 %	+ 7,7 %
Chine	1 192	1 339	+ 12,3 %	+ 11,1 %	+ 7,5 %
Autres pays	352	376	+ 7,1 %	+ 3,1 %	+ 8,2 %

CHINE

Malgré la croissance économique chinoise plus modérée et la guerre commerciale US/Chine qui ont pesé sur la demande, Supor a maintenu au 3^e trimestre une solide dynamique et continué à surperformer le marché dans la quasi-totalité des catégories de produits. Le Groupe a ainsi globalement renforcé ses positions sur le marché, tant *offline* qu'*online*.

En Articles culinaires et accessoires de cuisine, le développement des ventes s'est atténué par rapport au 1^{er} semestre mais il reste alimenté par les catégories emblématiques telles que les woks, poêles et casseroles, ainsi que par les mugs isothermes et les ustensiles.

Le chiffre d'affaires en petit électroménager affiche toujours au 3^e trimestre une dynamique robuste. D'une part, l'électrique culinaire a continué à bénéficier de belles performances en blenders, autocuiseurs électriques, en grills (*baking pans*) et en bouilloires, classiques ou « *health pots* ». D'autre part, les nouvelles catégories ont confirmé leur essor rapide, en particulier les défroisseurs et les aspirateurs.

Enfin, à l'instar du 1^{er} semestre, les ventes d'équipement fixe de cuisine (hottes aspirantes, gazinières, purificateurs d'eau) ont enregistré une progression solide.

A fin septembre, la croissance organique des ventes de Supor sur son marché domestique s'est établie à 11,1 % à l'issue d'un 3^e trimestre en progression de 7,5 %. Ces performances sont à mettre en perspective, comme au 1^{er} semestre, d'un historique 2018 exceptionnel (ventes du 3^e trimestre à +26,5 % à tccpc), qui s'atténuera quelque peu au 4^e trimestre. Le Groupe maintient pour l'ensemble de l'année son objectif d'une croissance à deux chiffres en Chine.

AUTRES PAYS D'ASIE

Hors Chine, le Groupe a réalisé un robuste 3^e trimestre, en nette accélération par rapport au 1^{er} semestre.

Le Japon est le principal contributeur à cette accélération. En effet, nos ventes en yen se sont inscrites en progression de près de 20 %, reflétant à la fois la poursuite d'une solide dynamique -portée par les Articles culinaires, bouilloires, défroisseurs ainsi que par le développement rapide du multicuiseur Cook4me- et l'anticipation de l'augmentation de la TVA au 1^{er} octobre. Nos 37 magasins en propre ont également continué à participer très positivement à la vitalité de l'activité.

En Corée du Sud, dans un environnement de consommation pénalisé par les tensions liées au conflit commercial avec le Japon, l'activité est restée en retrait par rapport à 2018 malgré des performances très satisfaisantes en aspirateurs versatiles.

En Australie, le 3^e trimestre a en revanche confirmé le retour à une croissance plus ferme des ventes, alimentée par des gains de référencements et de nouveaux déploiements en soin du linge et électrique culinaire.

En Asie du Sud-Est, les situations au 3^e trimestre sont restées contrastées : poursuite de la solide dynamique du 1^{er} semestre en Thaïlande ; après 6 mois difficiles, stabilisation de l'activité au Vietnam ; ralentissement du *momentum* en Malaisie du fait d'un historique 2018 élevé sur la période, mais accélération à Taiwan grâce notamment à l'élargissement de notre offre produits au petit électroménager.

COMMENTAIRES ACTIVITE PROFESSIONNELLE

Ventes en M€	9 mois 2018	9 mois 2019	Variation 2019/2018		T3 2019 tcpc
			Parités courantes	tcpc*	
Professionnel	458	589	+ 28,6 %	+ 14,4 %	+ 4,6 %

A 589 M€, les ventes à fin septembre de l'activité Professionnelle (Machines à café et Equipement hôtelier) affichent une croissance de 29 %. Elles intègrent une contribution de 52 M€ de Wilbur Curtis, société américaine spécialisée dans le café filtre professionnel, consolidée depuis le 8 février 2019. A parités et périmètre constants, la croissance s'établit à 14,4 %, reflétant, comme anticipé, une progression plus modérée des ventes de machines à café professionnelles WMF-Schaerer au 3^e trimestre. Celle-ci est à mettre au compte d'une base de comparaison 2018 beaucoup plus exigeante liée à l'exécution, à partir de l'été de l'année passée, d'importants contrats signés avec des chaînes de restauration rapide, *coffee shops* et commerce

de proximité aux Etats-Unis et en Asie. Cet historique élevé demeurera d'actualité au 4^e trimestre. Cependant, au-delà de ces contrats, dans un marché porteur, l'activité courante en Café professionnel reste bien orientée.

En parallèle, à fin septembre, le chiffre d'affaires de Wilbur Curtis affiche une croissance conforme à nos attentes. Le processus d'intégration, toujours en cours, se déroule de façon très satisfaisante.

Pour ce qui est de l'activité Equipement hôtelier, les ventes sur 9 mois sont en très légère progression à l'issue d'un 3^e trimestre qui n'a pas bénéficié de projet majeur.

RESULTAT OPERATIONNEL D'ACTIVITE (ROPA)

Le Résultat Opérationnel d'Activité (ROPA) à fin septembre s'est établi à **407 M€**, en progression de **9,3 %** par rapport aux 9 premiers mois de 2018. Il intègre un **effet devises de - 1 M€** ainsi qu'un **effet périmètre** (Wilbur Curtis et JV Egypte) **et méthode** (application de la nouvelle norme IFRS 16 relative aux contrats de locations) **de + 15 M€**.

Le ROPA du 3^e trimestre 2019 s'est ainsi élevé à 178 M€, en croissance de 8 % par rapport aux 165 M€ réalisés sur la même période en 2018. La marge opérationnelle est de 10 %.

7

DETTE AU 30 SEPTEMBRE 2019

Au 30 septembre 2019, la dette financière nette était de **2 459 M€** contre 2 105 M€ à fin septembre 2018 (à saisonnalité comparable). Elle s'entend après constatation de la dette IFRS 16, pour 344 M€, et après acquisitions de Wilbur Curtis et de Krampouz. Elle inclut également, comme annoncé, un accroissement des investissements par rapport à 2018 (en France, en Chine et chez WMF Professionnel).

PERSPECTIVES

Malgré les très bonnes performances enregistrées jusque-là, le ralentissement de l'économie mondiale et les tensions géopolitiques accrues depuis l'été nous incitent à une certaine prudence.

Dans ces circonstances, le Groupe réajuste légèrement son objectif 2019 de croissance organique des ventes, qui devrait s'établir entre + 6 % et + 7 %, contre plus de 7 % annoncé fin juillet. Dans le contexte actuel, cette dynamique, très soutenue et largement supérieure à celle du secteur, confirme la pertinence du modèle stratégique du Groupe.

Le Groupe confirme par ailleurs son objectif d'une progression autour de + 6 % de son Résultat Opérationnel d'Activité 2019 publié, dans un contexte devises et matières qui s'avère plus favorable qu'anticipé.

ANNEXE

DETAIL DE L'ACTIVITE PAR ZONE GEOGRAPHIQUE – 3^e TRIMESTRE

8

Ventes en M€	3 ^e trimestre 2018	3 ^e trimestre 2019	Variation 2019/2018	
			Parités courantes	tcpc*
EMEA	715	779	+ 8,8 %	+ 7,1 %
Europe occidentale	539	553	+ 2,4 %	+ 2,4 %
Autres pays	176	226	+ 28,5 %	+ 21,7 %
AMERIQUES	235	268	+ 14,3 %	+ 11,6 %
Amérique du Nord	152	176	+ 15,7 %	+ 11,2 %
Amérique du Sud	83	92	+ 11,7 %	+ 12,5 %
ASIE	485	533	+ 10,0 %	+ 7,7 %
Chine	367	401	+ 9,1 %	+ 7,5 %
Autres pays	118	132	+ 12,9 %	+ 8,2 %
TOTAL Grand Public	1 435	1 579	+ 10,1 %	+ 8,0 %
Professionnel	168	198	+ 17,8 %	+ 4,6 %
GROUPE SEB	1 603	1 777	+ 10,9 %	+ 7,7 %

*tcpc : taux de change et périmètre constants

Chiffres arrondis en M€

% calculés sur chiffres non arrondis

A taux de change et périmètre constants (à tpc) - Organique

Les montants et les taux de croissance à taux de change et périmètre constants (ou organiques) de l'année N par rapport à l'année N-1 sont calculés :

- en utilisant les taux de change moyens de l'année N-1 sur la période considérée (année, semestre, trimestres)
- sur la base du périmètre de consolidation de l'année N-1.

Cette pratique concerne essentiellement les ventes et le Résultat Opérationnel d'Activité.

Résultat Opérationnel d'Activité (ROPA)

Le Résultat Opérationnel d'Activité (ROPA) est le principal indicateur de performance du Groupe SEB. Il correspond aux ventes diminuées des frais opérationnels, à savoir, du coût des ventes, des frais d'innovation (R&D, marketing stratégique, design), de la publicité, de marketing opérationnel et des frais commerciaux et administratifs. L'intéressement et la participation, ainsi que les autres produits et charges d'exploitation non courants en sont exclus.

EBITDA ajusté

L'EBITDA ajusté correspond au Résultat Opérationnel d'Activité diminué de l'intéressement et de la participation, auquel on ajoute les amortissements et les dépréciations opérationnels.

Programme de fidélisation (LP)

Ces programmes, portés par les enseignes de distribution, consistent à proposer des offres promotionnelles sur une catégorie de produit aux consommateurs fidèles accumulant plusieurs passages en caisse sur une courte période. Ces programmes promotionnels permettent aux distributeurs de favoriser la fréquentation de leurs magasins, et à nos consommateurs d'accéder à nos produits à des prix préférentiels.

Endettement financier net (ou dette financière nette)

Sous cette terminologie, on entend l'ensemble des dettes financières courantes et non courantes diminuées de la trésorerie et des équivalents de trésorerie ainsi que des instruments dérivés liés au financement du Groupe qui ont une échéance inférieure à un an et sont cessibles facilement. L'endettement financier net s'entend également après d'éventuels placements financiers à court terme sans risque de changement de valeur significatif mais dont l'échéance à la date de souscription est supérieure à 3 mois.

Trésorerie d'exploitation

La trésorerie d'exploitation correspond à la « trésorerie provenant de l'exploitation » telle que présentée dans le tableau des flux de trésorerie consolidés, retraitée des opérations non récurrentes ayant impacté l'endettement net du Groupe (par exemple, les restructurations décaissées) et après prise en compte des investissements récurrents (CAPEX).

Product Cost Optimization (PCO)

Programme du Groupe qui regroupe et formalise les actions de productivité et de création de valeur.

Opération Performance SEB (OPS)

Programme du Groupe qui vise l'amélioration de la performance globale jusqu'à l'excellence.

Ce communiqué de presse peut contenir des déclarations de nature prévisionnelle concernant l'activité, les résultats et la situation financière du Groupe SEB. Ces anticipations s'appuient sur des hypothèses qui semblent raisonnables à ce stade mais sont dépendantes de facteurs exogènes tels que l'évolution des cours des matières premières, des parités monétaires, de la conjoncture économique et de la demande dans les grands marchés du Groupe ou l'effet des lancements de nouveaux produits par la concurrence.

Du fait de ces incertitudes, le Groupe SEB ne peut être tenu responsable pour d'éventuels écarts par rapport à ses anticipations actuelles qui seraient liés à la survenance d'événements nouveaux ou d'évolutions non prévisibles.

Les facteurs pouvant influencer de façon significative les résultats économiques et financiers du Groupe SEB sont présentés dans le Rapport Financier Annuel et Document de Référence déposé chaque année à l'AMF.

Retrouvez l'audiocast de la présentation sur notre site internet
en réécoute le 29 octobre à partir de 21 h : sur www.groupeseb.com ou [cliquez ici](#)

Prochains évènements - 2020

22 janvier après bourse	Ventes provisoires 2019
27 février avant bourse	Ventes et résultats 2019
27 avril après Bourse	Ventes et informations financières T1 2020
19 mai 15h00	Assemblée Générale
23 juillet avant bourse	Ventes et Résultats S1 2020
26 octobre après bourse	Ventes et informations financières 9 mois 2020

Investisseurs / Analystes

Groupe SEB
Direction Communication Financière et IR

Isabelle Posth et Raphaël Hoffstetter

comfin@groupeseb.com

Tél. +33 (0) 4 72 18 16 04

Presse

Groupe SEB
Direction de la Communication Corporate

Cathy Pianon

com@groupeseb.com

Tél. + 33 (0) 6 33 13 02 00

Image Sept
Caroline Simon
Claire Doligez
Isabelle Dunoyer de Segonzac

caroline.simon@image7.fr

cdoligez@image7.fr

isegonzac@image7.fr

Tél. : +33 (0) 1 53 70 74 70

Et retrouvez-nous aussi sur www.groupeseb.com



Référence mondiale du Petit Equipement Domestique, le Groupe SEB déploie son activité en s'appuyant sur un portefeuille de 30 marques emblématiques (Tefal, Seb, Rowenta, Moulinex, Krups, Lagostina, All-Clad, WMF, Emsa, Supor...), commercialisées à travers une distribution multi format. Vendant plus de 350 millions de produits par an, il met en œuvre une stratégie de long terme fondée sur l'innovation, le développement international, la compétitivité et le service au client. Présent dans 150 pays, le Groupe SEB a réalisé un chiffre d'affaires de 6,8 milliards d'euros en 2018 et emploie plus de 34 000 collaborateurs.

SEB SA

SEB SA - N° RCS 300 349 636 RCS LYON – capital 50 307 064 € TVA intracommunautaire : FR 12300349636