

“ Madame, Monsieur,
Chers actionnaires,

Le Groupe SEB a réalisé un 1^{er} semestre de bonne qualité, sur un historique élevé.

Sur ces 6 premiers mois, notre croissance organique est restée dynamique, le Résultat Opérationnel d'Activité (ROPA) a très bien résisté dans un environnement matières et devises plus tendu qu'anticipé et le Résultat net est en progression de près de 10%. L'activité Grand Public a été très tonique, tirée par la Chine et la zone EMEA. Le développement rapide de l'activité Professionnelle se confirme grâce au gain d'importants contrats.

Les mois qui viennent devraient voir la poursuite de la dynamique de croissance du Groupe. Les perspectives sont porteuses dans nombre de nos grands marchés et nous avons mis en œuvre des plans d'action vigoureux pour en tirer le meilleur parti, à travers l'accroissement des moyens marketing et la constitution de stocks.

Dans ces circonstances, le Groupe a revu à la hausse son objectif de croissance organique des ventes pour 2018, qui devrait excéder 7%. En outre, sur la base du niveau des parités monétaires à fin juillet, plus défavorable qu'anticipé, nous avons confirmé notre objectif

de progression du Résultat Opérationnel d'Activité de plus de 5% sur le ROPA 2017 avant impacts non récurrents de l'allocation du prix d'acquisition de WMF. Enfin, nous avons aussi confirmé la poursuite du désendettement du Groupe pour ramener le ratio dette nette / EBITDA ajusté en-dessous de 2 à fin 2018.



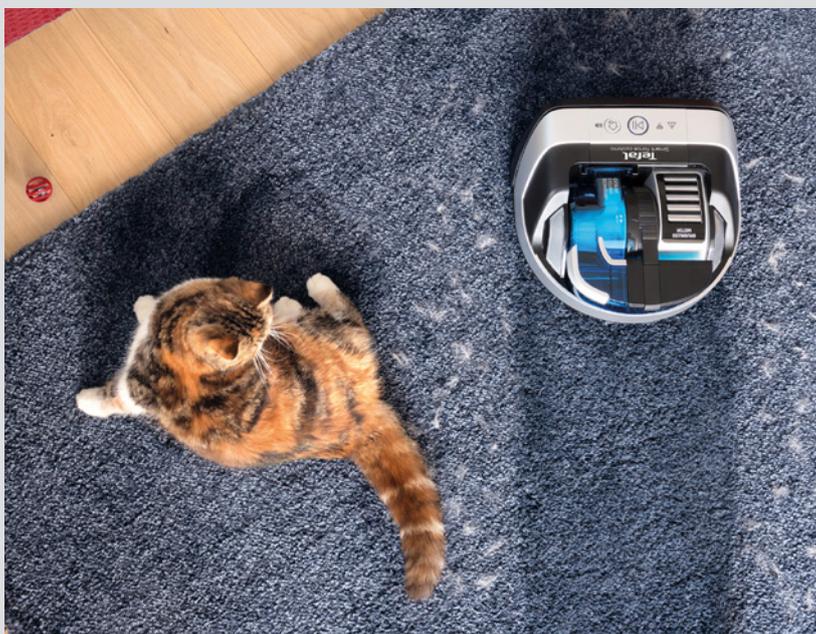
Thierry de La Tour d'Artaise

Président-Directeur Général

Sommaire

ACTUALITÉS DU GROUPE

PAGES 2_3



PREMIER SEMESTRE 2018 : POURSUITE D'UNE FORTE DYNAMIQUE PAGES 4_5

<p>CHIFFRE D'AFFAIRES</p> <p>3 025 M€ +2,9% +7,4% à tcpc</p>	<p>ROPA</p> <p>208 M€ 224 M€ -2,8% -2,9% à tcpc*</p>
<p>RÉSULTAT NET</p> <p>91 M€ +9,5%</p>	<p>DETTE NETTE</p> <p>2 015 M€ +110 M€ vs 31/12/2017</p>

tcpc : taux de change et périmètre constants
*et hors impacts non récurrents de l'allocation du prix d'acquisition de WMF.

SUPOR : UN SOLIDE MOTEUR DE CROISSANCE DANS LA DURÉE PAGES 6_7

INFORMATIONS BOURSIÈRES

PAGE 8

WMF Café Professionnel : des innovations au service de la performance

La machine à café 1500 S+ de WMF a été dotée d'une nouvelle fonction « Dynamic Coffee Assist » qui garantit la qualité optimale de toutes les spécialités à base d'expresso en mesurant les temps d'extraction et de préparation, avec un ajustement automatique de la mouture des grains. Grâce à un écran tactile 10 pouces, la machine donne en outre accès à toutes les informations relatives à la boisson préparée, incluant les valeurs nutritives, ou des vidéos explicatives.

La machine à café filtre 9000 F de WMF a été conçue pour répondre aux périodes de grande affluence en collectivité. Elle allie compacité, puissance et flexibilité, avec une production de café pouvant aller jusqu'à 100 litres par heure, et la possibilité d'utiliser deux types de café différents, en assurant la qualité du résultat en tasse.

Ces nouvelles fonctionnalités permettent à WMF de faire la différence.



Machine WMF 1500 S+

en bref



Des centrales vapeur aux couleurs de **l'Équipe de France**, championne du monde de football

Pour coller à l'actualité et capitaliser sur la victoire française, les centrales vapeur Liberty et Express Anti-Calc s'habillent de bleu-blanc-rouge.

Lancement des aspirateurs robots : un nouveau relai de croissance pour le Groupe

C'est armé de 3 gammes différenciées en fonctionnalités et prix que le Groupe SEB entre en force sur le segment très porteur des aspirateurs robots, complétant ainsi une offre produits qui s'articulait jusque-là autour des aspirateurs traîneaux avec sac, sans sac, balais, à main, à vapeur et versatiles. Avec des premiers résultats prometteurs...

Smart Force Cyclonic Connect, qui porte le flambeau de ces lancements sous marque Rowenta, a été développé en partenariat avec Robart, start-up autrichienne dans laquelle le Groupe a investi à travers son fonds Seb Alliance. Grâce à sa caméra et son laser, cette technologie Robart offre une navigation ultra perfectionnée qui permet au robot d'affiner ses trajectoires à l'intérieur de la maison. L'expertise du Groupe en matière d'aspiration assure la performance de nettoyage de l'appareil.



Environnement : le Groupe SEB acteur du programme FRET 21

Le Groupe SEB fait partie des premières entreprises à s'engager dans la démarche FRET 21.

Créée en France en 2015 par l'Association des Utilisateurs de Transport de Fret et l'ADEME*, et soutenue par le ministère de l'Environnement, elle a pour objectif d'allier optimisation logistique et amélioration de la performance environnementale des transports.



Avec Fret 21, le Groupe SEB a entrepris des actions sur 4 axes clés :

- maximiser le taux de chargement
- réduire les distances parcourues
- développer les moyens de transport alternatifs (ferroviaire et fluvial)
- développer une politique d'achats responsables

* Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Énergie.

Le Groupe SEB remporte le Global Anti-Counterfeiting Award* 2018



*Prix mondial de la lutte contre la contrefaçon.

À l'occasion de la Journée Mondiale Anti-Contrefaçon qui s'est tenue le 6 juin dernier à Paris, les équipes Propriété Industrielle Recherche et Propriété Intellectuelle Juridique ont été récompensées pour avoir défendu les produits phares du Groupe en Chine, en Europe et aux États-Unis. Ces litiges longs requièrent une coordination optimale entre les équipes dans les pays concernés pour garantir la validité des brevets, lutter contre la contrefaçon et défendre les intérêts du Groupe. Les sanctions encourues par les contrefacteurs vont de la saisie des biens en douane au gel de leurs comptes, à la destruction des moules et des stocks, voire au paiement de dommages et intérêts.

Engagement RSE : le Groupe SEB en tête de son secteur en Europe

L'agence française Vigeo-Eiris, spécialisée dans l'évaluation sociale et environnementale des entreprises et leader européen de la notation extra-financière, a publié son classement 2018 du secteur « *Technology and Hardware* ». Avec des scores globalement supérieurs aux autres sociétés sur l'ensemble des 6 domaines de l'Investissement Socialement Responsable – gouvernance, ressources humaines, comportements sur les marchés, respects des droits humains et de l'environnement, engagement sociétal – le Groupe SEB se place à la première place d'un panel sectoriel comprenant 32 sociétés. Cette pole position récompense les efforts réalisés depuis de nombreuses années par l'ensemble des équipes.

Visite du Premier Ministre Edouard Philippe à l'usine de Mayenne le 23 avril 2018



À l'occasion du lancement de la Feuille de Route de l'Économie Circulaire (FREC), Edouard Philippe a visité l'usine de Mayenne, dédiée à la production d'appareils de préparation des aliments et des boissons, et a salué les actions du Groupe SEB en matière de Développement Durable. Il a notamment mis l'accent sur la qualité, la durabilité et la réparabilité des produits, avec une mention spéciale pour l'engagement et le logo « Réparable 10 ans » lancés en 2015.

ActiFry Genius, la nouvelle génération d'ActiFry

10 ans après le lancement de la première génération d'ActiFry et plus de 10 millions de produits vendus à travers le monde, ActiFry fait peau neuve. Déclinée en deux modèles pour répondre aux besoins de toutes les familles

(6 et 8 personnes), la nouvelle gamme « Genius » a été lancée au premier semestre en Europe.



PREMIER SEMESTRE 2018 : POURSUITE D'UNE BONNE DYNAMIQUE

Le Groupe a évolué au 1^{er} semestre 2018 dans un environnement plus difficile qu'en 2017. Le marché du Petit Équipement Domestique est resté globalement bien orienté au plan mondial, quoique ponctuellement perturbé par des effets de report sur les télévisions pour la Coupe du monde de football.

À 3 025 M€, le chiffre d'affaires du premier semestre est en progression de 2,9%, incluant notamment une croissance à taux de change et périmètre constants (tcpc) de 7,4% et un effet devises de - 4,7%, qui s'est amplifié au fil des mois.

En Amérique du Nord, les ventes sont en baisse mais l'activité s'est améliorée au 2^e trimestre. Le marché est très perturbé aux États-Unis et au Canada par la mutation profonde de la distribution classique, impactée par l'essor continu du e-commerce, mais reste bien orienté au Mexique.

En Amérique du Sud, les ventes sont en baisse après un 2^e trimestre difficile au Brésil, pénalisé notamment par la grève des transporteurs routiers et par la poursuite du transfert de production des articles culinaires sur le nouveau site d'Itatiaia. La dynamique a en revanche été positive en Colombie, grâce principalement aux ventilateurs.

en chiffres

Cette croissance organique robuste se décompose de la façon suivante :

- Activité Grand Public : 2 735 M€, +7,9%
- Activité WMF Professionnel : 290 M€, +2,4%.

Nourrie par l'ensemble des familles de produits, la progression des ventes **Grand Public** a été contrastée selon les zones géographiques.

En Europe occidentale, le Groupe a réalisé des ventes en progression de 1,3%, atténuée par l'activité de WMF, en retrait, notamment en Allemagne, et a renforcé ses positions dans la majorité des pays européens.

Dans les autres pays d'EMEA, l'activité est restée tonique malgré des effets devises négatifs. C'est le cas notamment en Europe Centrale, Russie, Ukraine, avec la poursuite du déploiement de nos produits phares. Le Groupe a également continué de surperformer le marché en Turquie malgré un environnement incertain.

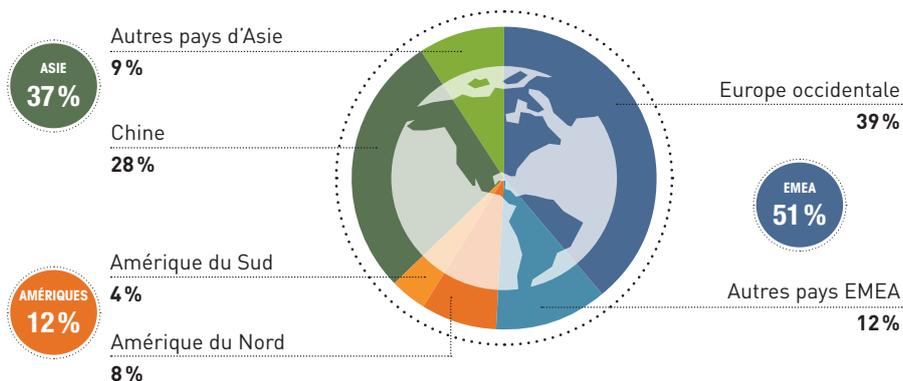
En Chine, le 2^e trimestre a confirmé la vigueur de l'activité de Supor, avec une accélération de la croissance organique qui s'est établie à 30%, alimentée par toutes les catégories de produits. L'innovation irrigue la dynamique produits et constitue un moteur majeur et transversal de la croissance de Supor.

Dans les Autres pays d'Asie, le chiffre d'affaires est en légère progression à parités constantes. Le Japon et la Corée sont restés les principaux moteurs de la croissance, tandis que l'activité était en légère augmentation dans les autres pays du Sud-Est asiatique.

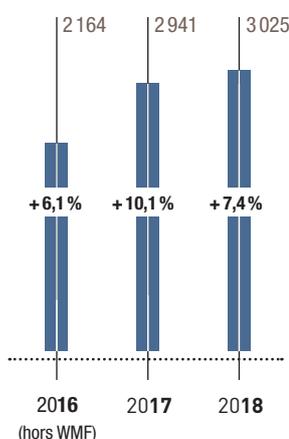
WMF Professionnel

L'activité Professionnelle (Machines à café et Équipement hôtelier) a réalisé sur le premier semestre des ventes en croissance de + 2,4% à tcpc, avec une forte amélioration au 2^e trimestre, liée à la signature récente de nouveaux contrats d'envergure, dont la livraison a démarré, et qui marque la poursuite de la stratégie de conquête mise en œuvre par WMF en Café Professionnel. L'activité courante est en outre restée bien orientée, tant en Allemagne qu'à l'international.

RÉPARTITION DES VENTES PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE



VENTES ET CROISSANCE ORGANIQUE AU 1^{er} SEMESTRE



RÉSULTAT OPÉRATIONNEL D'ACTIVITÉ

Le Résultat Opérationnel d'Activité (ROPA) du 1^{er} semestre s'élève à 208 M€, incluant - 16 M€ d'effet devises. Il se compare à un ROPA du 1^{er} semestre 2017 de 213 M€, après impacts non récurrents de l'allocation du prix d'acquisition de WMF de 17 M€. À taux de change et périmètre constants, le ROPA s'établit à 224 M€ sur la période (contre 230 M€ en 2017, avant impacts des écritures de première consolidation de WMF de -17 M€), en repli de 2,9%.

La baisse organique du Résultat Opérationnel d'Activité doit être mise en perspective d'un historique 2017 exceptionnellement élevé, à la fois sur l'ancien périmètre du Groupe (croissance organique de 34% au 1^{er} semestre 2017) et sur WMF, dont les performances avaient été amplifiées par deux importants contrats en Café Professionnel.

RÉSULTAT D'EXPLOITATION ET RÉSULTAT NET

Le Résultat d'Exploitation à fin juin s'établit à 186 M€, contre 178 M€ au 30 juin 2017. Il intègre une charge anticipée d'Intéressement et de Participation de 10 M€, stable par rapport à 2017. Les autres produits et charges, à - 12 M€, contre - 24 M€ à fin juin 2017, comprennent essentiellement les derniers coûts liés à la réorganisation de nos opérations au Brésil.

Le Résultat financier s'établit à - 36 M€, contre - 44 M€ au 30 juin 2017.

Le Résultat net s'élève à 91 M€, en progression de 9,5% sur les 83 M€ réalisés au 1^{er} semestre 2017.

STRUCTURE FINANCIÈRE AU 30 JUIN 2018

Au 30 juin 2018, les capitaux propres du Groupe s'élèvent à 1 984 M€, en hausse de 19 M€. La dette financière nette au 30 juin 2018 est de 205 M€, contre 1905 M€ à fin décembre 2017. La génération de trésorerie d'exploitation est de 62 M€ sur les 6 premiers mois de l'année (91M€ en 2017) avec notamment un niveau plus élevé de stocks en prévision d'une croissance dynamique au second semestre. Au 30 juin 2018, le ratio dette nette / fonds propres s'établit à 1,0 et le ratio dette / EBITDA ajusté estimé sur 12 mois glissants est de 2,6.

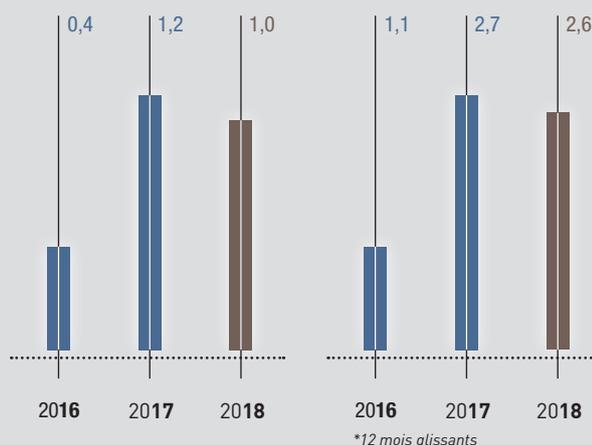
PERSPECTIVES 2018

Le caractère saisonnier de l'activité fait que le 1^{er} semestre n'est pas représentatif de l'ensemble de l'année. Toutefois, dans un contexte macro-économique mondial plus tendu, marqué notamment par un environnement devises et matières premières plus défavorable, le Groupe a réalisé sur les 6 premiers mois de l'année des performances de qualité, sur un historique exigeant. Les mois qui viennent devraient voir la poursuite de la dynamique de croissance. Dans ce contexte, le Groupe a revu à la hausse son objectif de croissance organique des ventes pour 2018, qui devrait excéder 7% et a confirmé, sur la base des parités à fin juillet, son objectif de progression du ROPA à plus de 5% sur le ROPA 2017 avant impacts non récurrents de l'allocation du prix d'acquisition de WMF. Il a également confirmé son objectif de poursuite de son désendettement pour ramener le ratio dette nette/EBITDA ajusté en-dessous de 2 à fin 2018.

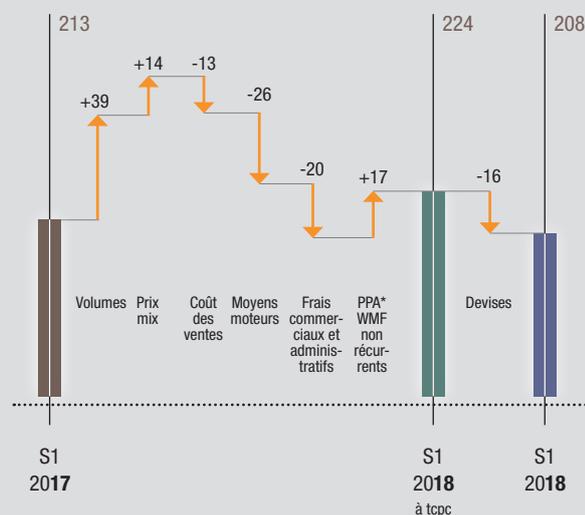
RATIOS D'ENDETTEMENT AU 30 JUIN

DETTE NETTE / FONDS PROPRES

DETTE NETTE / EBITDA AJUSTÉ*



DÉTAIL DE L'ÉVOLUTION DU RÉSULTAT OPÉRATIONNEL D'ACTIVITÉ EN M€



*PPA : Purchase Price Allocation (allocation du prix d'acquisition)

SUPOR : UN SOLIDE MOTEUR DE CROISSANCE DANS LA DURÉE



Acquise fin 2007, la filiale chinoise du Groupe, détenue à 81 %, a réalisé une décennie de très belles performances économiques, financières et boursières. Le 1^{er} semestre 2018 s'est encore inscrit dans cette excellente dynamique.



Supor, c'est aujourd'hui un chiffre d'affaires total de près de 1,9 milliard d'euros, dont plus de 1,2 milliard réalisés en Chine, son marché domestique. Au 1^{er} semestre 2018, les ventes en Chine ont progressé de 27 % en yuan, après plusieurs années déjà très toniques. Cette vitalité est nourrie par le cœur de métier de Supor, les articles culinaires et le petit électroménager de cuisine, auquel s'ajoute l'essor rapide

des nouvelles catégories : les ustensiles de cuisine, le soin de la maison et du linge, ainsi qu'une offre ciblée d'équipements fixes de cuisine tels que des hottes d'aspiration et des gazinières.

Les remarquables performances de Supor reflètent à la fois un environnement de marché favorable, quoique très concurrentiel et promotionnel, et une dynamique propre vigoureuse. En progression soutenue et continue, le marché du Petit Équipement Domestique chinois est en effet tiré par la politique gouvernementale d'encouragement de la consommation interne, par une classe moyenne en constante augmentation et au pouvoir d'achat accru ainsi que par le développement de toutes

les formes de distribution sur le territoire, et notamment le e-commerce. Dans ce contexte, Supor a mis en œuvre avec succès sa stratégie de croissance rentable en s'appuyant sur ses atouts majeurs, et en les renforçant au fil des années. Parmi eux, une très forte reconnaissance de la marque, en progression constante et qui se traduit aujourd'hui par des scores de notoriété supérieurs à ceux de la concurrence.

Autre pilier stratégique créateur de valeur : l'innovation. Elle alimente la dynamique produits et l'élargissement de l'offre - dans toutes les catégories de produits, tant en électrique culinaire qu'en articles culinaires ou encore en soin de la maison et de la personne - ainsi que la montée en gamme,



comme c'est par exemple le cas pour les cuiseurs à riz ou les blenders. Relayée par une politique de communication puissante, elle permet de faire la différence face aux autres acteurs du marché et de garder une longueur d'avance. S'y ajoute une présence incontournable sur le territoire grâce à une commercialisation multicanale (grande distribution, magasins de proximité, enseignes spécialistes, quincaillerie...) et incluant le formidable essor des ventes en ligne, à la fois avec les *pure players* (Alibaba / Tmall, JD.com...) et les sites marchands des distributeurs physiques. Les ventes en e-commerce



représentent aujourd'hui plus de 35 % du chiffre d'affaires de Supor en Chine. Enfin, Supor dispose également d'un réseau de quelque 700 magasins exclusifs Supor Lifestores, qui contribuent à la couverture étendue du marché.

Du côté industriel, Supor représente une base de production puissante et compétitive fondée sur 4 sites en Chine, 2 dédiés aux articles culinaires et 2 autres à l'électrique culinaire. Majoritairement destinée à servir le marché chinois, l'expertise industrielle de Supor constitue également pour le Groupe un socle solide de fabrication pour plusieurs grandes catégories de produits (bouilloires, blenders, grills, cafetières, etc.).

Les très belles avancées de Supor sur cette première décennie au sein du Groupe SEB se reflètent dans la croissance des ventes, dans la consolidation du leadership en articles culinaires et les gains substantiels de parts de marché en petit électro-culinaire, dans l'amélioration des résultats et la progression du cours de l'action. Elles constituent une base solide pour le futur.

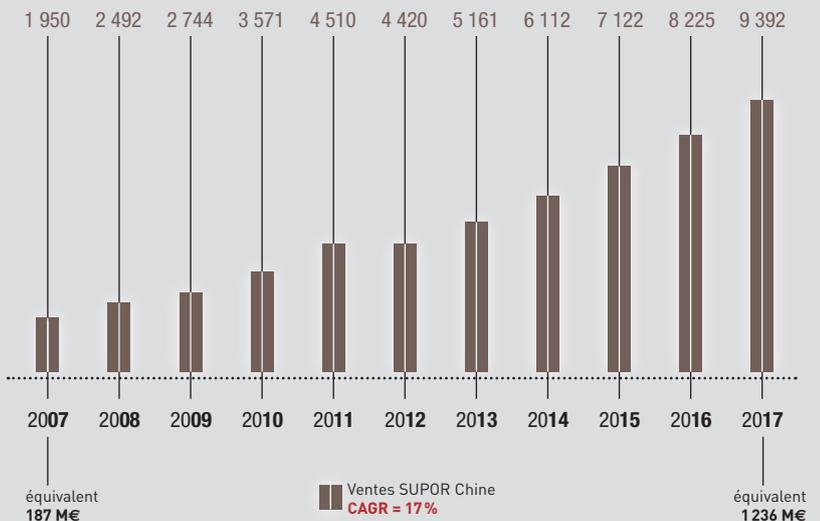


UNE DÉCENNIE DE TRÈS BELLES PERFORMANCES

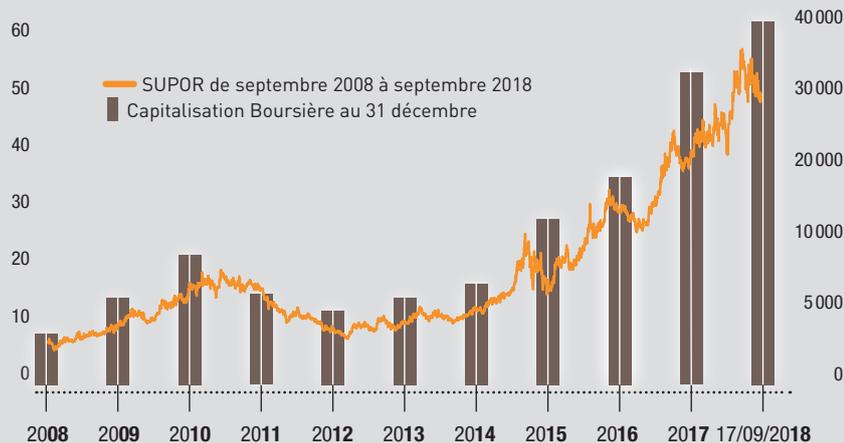
VENTES TOTALES ET RÉSULTAT NET DE SUPOR (M RMB)



VENTES SUPOR EN CHINE (M RMB)

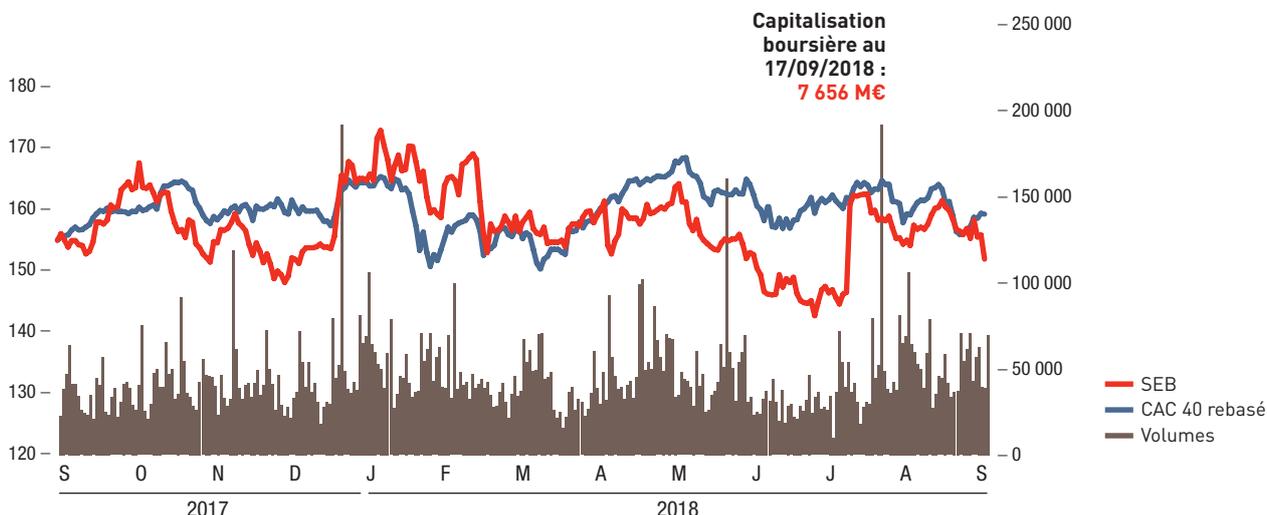


COURS DE L'ACTION SUPOR (RMB)



en bourse

COURS DE BOURSE SUR UN AN



LA COMMUNICATION FINANCIÈRE DU GROUPE SEB DISTINGUÉE PAR LE CLASSEMENT EXTEL

La Direction de la Communication Financière et des Relations Investisseurs du Groupe, représentée par Isabelle Posth, a été classée en tête de sa profession en 2018 par Extel, une référence dans le domaine des classements des métiers de la finance. Le « Extel Survey » établit un classement annuel des meilleurs banques, courtiers et gestionnaires de portefeuille en Europe depuis 1974. Ce sondage a été récemment élargi aux professionnels des Relations Investisseurs et, cette année, le Groupe SEB s'est hissé à la première place dans le secteur « Household Products & Personal Care ».

PERFORMANCE AU 17/09/2018

Cours de clôture	152,60 €
Capitalisation boursière	7 656 M€
+ haut (en séance)	175,90 €
+ bas (en séance)	142,70 €
Moyenne des 12 derniers mois (cours de clôture)	157,72 €
Moyenne des 30 derniers jours	157,57 €
Moyenne des transactions journalières en actions	52 711

PROCHAINS RENDEZ-VOUS

02/10/2018 : Réunion actionnaires à Annecy
25/10/2018 : Ventes et infos financières 9 mois 2018
03/12/2018 : Réunion actionnaires à Lille

FICHE SIGNALÉTIQUE

Société anonyme au capital de 50 169 049 €
Divisé en 50 169 049 actions de 1 € de nominal
Cotation : Euronext Paris, Compartiment A
Code ISIN : FR0000121709
Reuters : SEBF.PA
Bloomberg : SK.FP



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 - Paris.bp2s.registered.shareholders@bnpparibas.com

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 Ecully - FRANCE

www.groupeseb.com

