

“ Madame, Monsieur,
Chers actionnaires,

Sur les six premiers mois de l'année, notre croissance organique des ventes et du Résultat Opérationnel d'Activité, supérieure à 8%, a attesté une nouvelle fois de la dynamique de notre modèle.

Ces performances, servies par de solides fondamentaux, se sont inscrites dans un environnement complexe et volatil, marqué par des tensions concurrentielles et promotionnelles liées à la mutation profonde de la distribution.

Fort de cette dynamique et des initiatives engagées, le Groupe SEB s'est fixé comme objectif 2019 de réaliser une croissance organique de ses ventes supérieure à 7% et, aux parités monétaires actuelles, une progression autour de 6% de son Résultat Opérationnel d'Activité publié.

Je vous remercie de votre confiance.



T de la Tour d'Artaise

Thierry de La Tour d'Artaise
Président-Directeur Général

Sommaire

ACTUALITÉS DU GROUPE

PAGES 2_3



UN PREMIER SEMESTRE 2019 TRÈS DYNAMIQUE

PAGES 4_5

CHIFFRE D'AFFAIRES

3 337 M€

+ 10,3 %
+ 8,4 % à tpc⁽¹⁾

RÉSULTAT OPÉRATIONNEL D'ACTIVITÉ

230 M€

+ 10,7 %
+ 8,1 % à tpc⁽¹⁾

RÉSULTAT NET

100 M€

+ 9,8 %

DETTE NETTE

2 428 M€⁽²⁾

+ 413 M€ VS 30/06/2018

(1) tpc = taux de change et périmètre constants
(2) dont dette IFRS 16 : 346 M€

USTENSILES ET ACCESSOIRES DE CUISINE : UNE CATÉGORIE EN PLEIN ESSOR

PAGES 6_7

INFORMATIONS BOURSIÈRES

PAGE 8

Assemblée Générale de SEB S.A.



L'Assemblée Générale de SEB S.A. s'est tenue le 22 mai dernier à Paris, au Palais Brongniart.

Thierry de La Tour d'Artaise, Président Directeur Général, Stanislas de Gramont, Directeur Général Délégué et Vincent Léonard, Directeur Général Adjoint en charge des Finances, ont présenté les événements et les résultats de l'année 2018 ainsi que du premier trimestre 2019 puis ont animé une séance de questions-réponses avec l'assemblée. Celle-ci a ensuite approuvé à une large majorité l'ensemble des 25 résolutions proposées.

Le Groupe SEB récompensé pour son travail sur le design inclusif

Nos équipes design ont remporté cette année un prix RSE « Responsabilité sociale, sociétale et environnementale », décerné par Cegos et les MINES ParisTech pour leurs travaux sur l'inclusivité de nos produits.



Un guide visant à améliorer l'ergonomie de nos produits est en cours d'élaboration. Il précisera les règles à respecter dès la conception sur des critères tels que la lisibilité, la taille et les couleurs/contrastes de l'interface homme-machine de nos produits, afin que chacun puisse les utiliser quels que soient ses besoins particuliers, liés à l'âge ou la condition physique.

Au-delà du handicap permanent, chacun, à un moment de sa vie, peut en effet se retrouver avec une capacité physique limitée : blessure, maladie, âge avancé... et le Groupe se doit de concevoir des produits utilisables aisément par tous.

EMSA fête ses 70 ans



IDÉES & QUALITÉ
POUR LA VIE

Cette année, le Groupe célèbre les 70 ans d'EMSA, une marque forte, innovante et chargée d'histoire. Intégrée depuis 2016, EMSA compte aujourd'hui 750 collaborateurs et est devenue le Centre de compétences pour les boîtes de conservation alimentaire ainsi que les mugs et flacons isothermes nomades. Son savoir-faire s'exporte aux quatre coins du monde sous les marques EMSA, TEFAL et WMF.

Healthy & Tasty, une cuisson plus saine du riz

S'inscrivant dans les grandes tendances sociétales actuelles comme la santé, le bien-être et le fait-maison, le Groupe SEB travaille à développer des produits favorisant une alimentation bonne et équilibrée.

Ainsi, grâce à son mode de cuisson innovant, Healthy & Tasty permet de préparer un riz savoureux avec une teneur en glucides inférieure de 20 % par rapport à une cuisson classique.



Plan de WMF pour renforcer sa compétitivité

Deux ans et demi après l'intégration de WMF, l'activité machines à café professionnelles a dépassé les objectifs initiaux, mais, à l'inverse, l'activité Grand Public a sous-performé.

C'est pourquoi, le 10 juillet 2019, WMF a lancé un programme visant à améliorer rapidement la compétitivité et la performance globale de l'entreprise. Ce plan d'action repose sur :

- l'accélération continue de la croissance de l'activité PCM à travers des investissements accrus en R&D, le lancement de nouveaux produits, l'extension de la capacité de production ainsi que des investissements logistiques à Geislingen, en Allemagne ;

- un plan d'actions correctives pour l'activité Grand Public :
 - reprise de la croissance via un développement international plus rapide et des moyens plus importants en innovation pour optimiser le portefeuille produits,
 - relance de la compétitivité industrielle : transfert de la production d'articles culinaires en inox de Geislingen vers d'autres sites industriels du Groupe SEB en Europe d'ici fin 2020, permettant une amélioration sensible de la compétitivité,
 - consolidation des opérations logistiques en Allemagne dans l'entrepôt de Dornstadt.
- une réduction des frais généraux.

STEAM'UP : LE PRODUIT QUI RENVERSE LA VAPEUR !



JANUS 2019
DE L'INDUSTRIE

en bref

Steam'Up révolutionne la cuisine vapeur en permettant, grâce à sa technologie brevetée de vapeur inversée, à la fois de mélanger et de préserver les saveurs.

Facile à nettoyer et s'adaptant à tous les plats, cet appareil innovant remet au goût du jour un mode de cuisson plus sain mais souvent jugé trop complexe et affadissant les saveurs.

Lancé en 2019, il a déjà été primé à la Foire de Paris et récompensé par L'Institut Français du Design qui lui a décerné le label JANUS de l'Industrie 2019 pour son design intégré.

Succès du plan d'actionnariat salarié

À l'issue d'une très belle année 2018, le Groupe a souhaité reconnaître l'engagement et la contribution majeure de ses équipes et donner l'opportunité à ses salariés de l'accompagner, de façon capitalistique, dans ses projets stratégiques.

Le Groupe a ainsi permis à près de 20 000 de ses collaborateurs dans 30 pays de souscrire à une augmentation de capital réservée à des conditions préférentielles (décote de 20% sur un cours de référence à 153,79 €, abondement complémentaire).

L'opération, intitulée « Horizon 2019 », a affiché un taux de souscription de 22%, avec un montant moyen investi par salarié de 4 440 €.

À la suite de cette opération, l'actionnariat salarié de SEB SA est passé de 2,74% du capital à 3,04%.



UN PREMIER SEMESTRE 2019 TRÈS DYNAMIQUE

Le Groupe a évolué au 1^{er} semestre 2019 dans un environnement toujours compliqué marqué à la fois par des tensions géopolitiques, des incertitudes dans les pays émergents, et un contexte de la distribution très perturbé et promotionnel.

En revanche, les devises et des matières ont eu un impact moins défavorable qu'anticipé pour le Groupe.

À 3337 M€, le chiffre d'affaires du premier semestre est en progression de 10,3%, incluant notamment une croissance à taux de change et

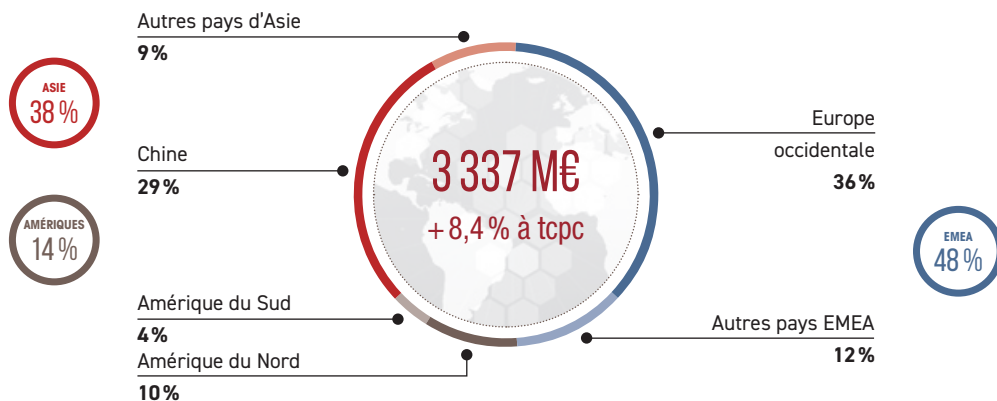
périmètre constants (tcpc) de 8,4%, un effet périmètre de +1,4% (consolidation de Wilbur Curtis et de notre joint-venture en Égypte) et un effet devises de +0,5%.

Cette croissance organique robuste se décompose de la façon suivante :

- Activité Grand Public : 2 946 M€, +7,2%
- Activité Professionnelle : 391 M€, +20,1%

Nourrie par la quasi-totalité des familles de produits, la progression des ventes **Grand Public** a été équilibrée entre les zones géographiques.

RÉPARTITION DES VENTES PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE



En Europe occidentale, dans un marché porteur, la progression des ventes sur les 6 premiers mois a été ferme, avec une légère accélération au 2^e trimestre. Elle a été alimentée par une activité courante soutenue et par d'importants programmes de fidélisation (LPs).

Dans les autres pays d'EMEA, nos ventes sont en progression de 9,1% à taux de change et périmètre constants, avec une accélération marquée entre avril et juin. Cette robuste dynamique s'inscrit dans un marché favorable et est portée à la fois par l'activité courante et des programmes de fidélisation. Elle s'est traduite par des gains de parts de marché, tant dans la distribution physique qu'en e-commerce.

En Amérique du Nord, malgré un environnement de distribution tendu aux USA et au Canada (difficulté des enseignes physiques face au poids grandissant du e-commerce entraînant déstockages, contexte promotionnel permanent, réorganisations et fermetures de magasins) nos ventes à fin juin sur la zone sont en progression de 3% à taux de change et périmètre constants.

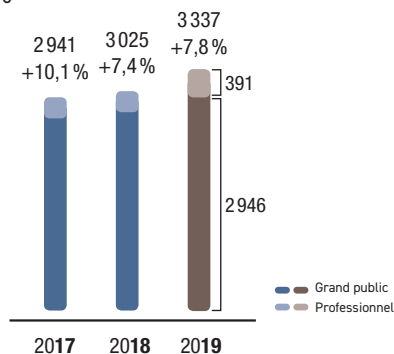
En Amérique du Sud, à parités et structure constantes, notre chiffre d'affaires au 30 juin a fortement progressé, soutenu par un rythme accéléré au 2^e trimestre (près de 20%). Le Brésil est resté le vecteur majeur de la vitalité des ventes, grâce à de très bonnes performances en ventilateurs, sur un historique 2018 certes faible.

En Chine, dans le sillage du 1^{er} trimestre, SUPOR a réalisé entre avril et juin une croissance organique de 12%, représentant une solide dynamique au regard de la performance exceptionnelle du 2^e trimestre 2018 (+30%). Dans un marché concurrentiel et promotionnel, toujours porté par le e-commerce, toutes les familles de produits ont contribué positivement à l'activité, les nouvelles catégories dans leur ensemble venant renforcer le cœur de métier.

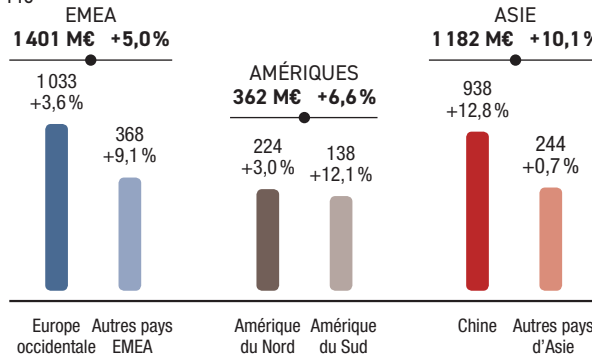
Dans les autres pays d'Asie, le chiffre d'affaires est en légère progression à parités constantes. Au Japon, la croissance des ventes est restée soutenue tandis qu'en Corée, dans un environnement fragile marqué par des tensions accrues (conflit commercial avec le Japon), les ventes à fin juin sont en baisse significative.

Professionnel, le chiffre d'affaires de l'activité (Machines à café et Équipement hôtelier) s'est élevé à 391 M€, en progression de près de 35%, incluant une contribution de 34 M€ de Wilbur Curtis, consolidée depuis le 8 février 2019. La très forte vitalité de l'activité Café Professionnel de WMF-Schaerer est largement portée par d'importants contrats signés avec de grands comptes aux États-Unis et en Asie (chaînes de restaurants ou de restauration rapide, de magasins de proximité...). Par ailleurs, l'activité Équipement hôtelier a réalisé un bon 2^e trimestre et termine ainsi le semestre avec une progression soutenue de son chiffre d'affaires.

VENTES ET CROISSANCE ORGANIQUE AU 1^{ER} SEMESTRE EN M€



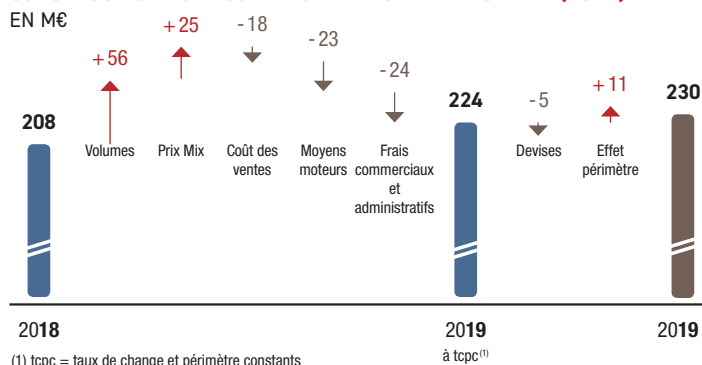
VENTES GRAND PUBLIC : 2946 M€ - CROISSANCE ORGANIQUE PAR ZONE EN M€



RÉSULTAT OPÉRATIONNEL D'ACTIVITÉ

À 230 M€, le Résultat Opérationnel d'Activité (ROPA) du 1^{er} semestre 2019 enregistre une progression de 10,7% par rapport aux 6 premiers mois de 2018. Il s'entend après prise en compte d'un effet devises de -5 M€ et d'un effet périmètre et méthode de +11 M€ (Joint-venture égyptienne dans sa nouvelle configuration, Wilbur Curtis depuis le 8 février et IFRS 16). À taux de change et périmètre constants, le ROPA s'établit donc à 224 M€, en croissance de 8,1%. Dans un contexte de marchés très concurrentiels et promotionnels, cette évolution du Résultat Opérationnel représente une performance très satisfaisante.

CONSTRUCTION DU RÉSULTAT OPÉRATIONNEL D'ACTIVITÉ (ROPA)



RÉSULTAT D'EXPLOITATION ET RÉSULTAT NET

À fin juin 2019, le Résultat d'Exploitation du Groupe s'est élevé à 213 M€, contre 186 M€ au 30 juin 2018. Ce résultat intègre une charge anticipée d'Intéressement et de Participation de 9 M€ (10 M€ en 2018) ainsi que d'autres produits et charges, pour -8 M€. Ces charges comprennent divers postes de montants modestes, dont des frais liés à l'acquisition de Wilbur Curtis mais n'incluent pas de provisions relatives au plan de redressement de la compétitivité de WMF, annoncé postérieurement à la clôture. Le Résultat financier s'établit à -46 M€, contre -36 M€ au 30 juin 2018. Le Résultat net s'élève à 100 M€, en progression de 9,8% de semestre à semestre.

STRUCTURE FINANCIÈRE AU 30 JUIN 2019

Au 30 juin 2019, les capitaux propres du Groupe s'élèvent à 2 323 M€, en hausse de 339 M€. La dette financière nette au 30 juin 2019 est de 2 428 M€, en hausse de 413 M€ par rapport au 30 juin 2018, à saisonnalité comparable. Le montant de l'endettement net à fin juin 2019 intègre à la fois la constatation de la dette IFRS 16 pour 346 M€ et l'acquisition de Wilbur Curtis. La trésorerie d'exploitation est négative à -110 M€ sur les 6 premiers mois de l'année (contre +62 M€ au S1 2018) avec notamment une détérioration ponctuelle du besoin en fonds de roulement d'exploitation liée pour partie à la saisonnalité de l'activité et pour partie à un alourdissement des comptes clients. Au 30 juin 2019, le ratio dette nette / fonds propres s'établit à 1,0 et le ratio dette / EBITDA ajusté estimé sur 12 mois glissants est de 2,7 (2,4 hors IFRS 16).

PERSPECTIVES 2019

Le caractère saisonnier de l'activité fait que le 1^{er} semestre n'est pas représentatif de l'ensemble de l'année.

Pour le second semestre, le Groupe devrait continuer à bénéficier d'un contexte matières plus favorable qu'anticipé, dans un environnement cependant toujours complexe, marqué notamment par la transformation continue de la distribution, qui induit une pression sur les marges.

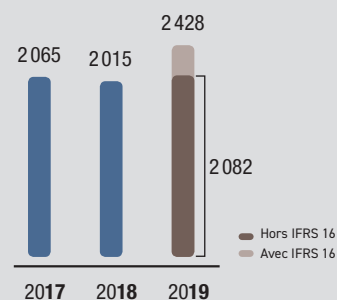
Le Groupe table pour les mois à venir sur le maintien d'une croissance organique solide, portée notamment par la poursuite d'un momentum favorable dans l'activité Grand Public en Europe de l'Ouest, en Eurasie et en Chine.

En Professionnel, l'activité Café restera bien orientée mais sur un historique très élevé.

Dans ce contexte, le Groupe se fixe comme objectif 2019 de réaliser une croissance organique de ses ventes supérieure à 7%. Sur la base des parités monétaires actuelles, et compte-tenu d'un second semestre 2018 très exigeant, il vise une progression de son Résultat Opérationnel d'Activité publié autour de 6%.

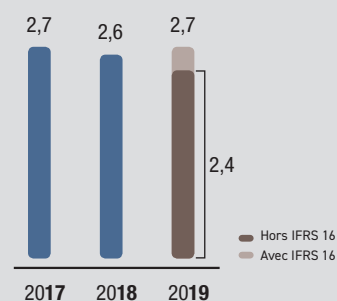
ÉVOLUTION DE L'ENDETTEMENT NET AU 30/06

EN M€



RATIOS D'ENDETTEMENT AU 30/06

DETTE NETTE / EBITDA AJUSTÉ⁽²⁾



(2) 12 mois glissants

DETTE NETTE / FONDS PROPRES



IFRS 16 : Une nouvelle norme pour les contrats de location

Appliquée depuis le 1^{er} janvier 2019, cette norme a impacté divers postes du bilan et du compte de résultat du Groupe.

Elle requiert la reconnaissance au bilan d'une dette financière, correspondant aux loyers futurs à verser sur les contrats de location dans lesquels le Groupe est engagé, tels que les locations de bureaux, de magasins, d'entrepôts ou de véhicules, en contrepartie d'un actif correspondant au droit d'utilisation des biens.

Au compte de résultat, la charge de loyer est remplacée par une charge d'amortissement et une charge financière.

Tefal | 5 second Chopper



PRÉPARATION

Tefal | ICEFORCE



COUTEAUX

Tefal | MOBILE DRINKWARE

CONSERVATION
DES BOISSONS

Tefal | FOOD CONSERVATION

CONSERVATION
DES ALIMENTS

USTENSILES ET ACCESSOIRES DE CUISINE : UNE CATÉGORIE EN PLEIN ESSOR



Hachoirs manuels :

1 million de pièces en 2019

sous nos différentes marques

Le marché mondial des ustensiles et accessoires de cuisine est estimé à environ 13 milliards d'euros. Dynamique, il est à ce stade très fragmenté et la présence du Groupe SEB y est encore modeste, quoiqu'en croissance rapide.

Cette vitalité s'appuie sur les grandes tendances sociétales actuelles : alimentation saine, plaisir du fait-maison, stop au gaspillage, gain de temps, mobilité et repas nomades... Notre activité dans ce domaine s'articule autour de 4 piliers : les accessoires de préparation culinaire, les bouteilles et mugs isothermes, les boîtes de conservation des aliments et les couteaux de cuisine. Chaque famille est dynamisée par une gamme phare, au cœur du déploiement de l'offre. Aux pays piliers (Allemagne, Chine et Colombie notamment), le Groupe ajoute de nouveaux marchés sur lesquels il capitalise pour l'avenir (France, Russie, Japon...).

Une activation forte en magasin et en ligne sur toutes les catégories de produits

Les ustensiles de cuisine se prêtent très bien à la théâtralisation sur le point de vente (merchandising), car l'achat de ces produits est généralement mû par l'impulsion et non-planifié. Le Groupe déploie donc d'importants efforts d'activation en magasin : démonstrations de nos produits, vidéos explicatives, marketing croisé dans les rayons alimentaires, présentoirs regroupant nos différents univers de produits...

Un rayon clairement structuré permet en effet d'améliorer la compréhension de l'offre et d'accélérer les ventes en magasin : un balisage coloré permettra de différencier les catégories et de rendre le rayon plus attractif, tandis que des descriptifs explicatifs orienteront le consommateur vers le produit correspondant le mieux à son besoin.

En parallèle, le Groupe développe ses ventes en e-commerce en accélérant la production de contenus autour de ses produits : recettes, démonstrations, vidéos, tutoriels... Il élargit en outre sa visibilité digitale auprès des consommateurs, en communiquant sur les réseaux sociaux, et en réalisant des partenariats avec des influenceurs, etc.



SUPOR : un modèle pour le Groupe

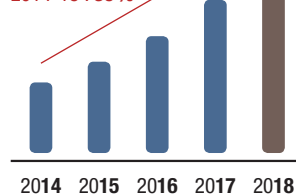
Acquise fin 2007, SUPOR a réalisé depuis lors d'excellentes performances. Au-delà des familles de produits composant son cœur de métier, SUPOR a su développer et s'imposer dans de nouvelles catégories, comme les ustensiles de cuisine, dont les ventes sont en croissance moyenne annuelle de près de 30% depuis 2014.

Ce succès est alimenté en particulier par les bouteilles et mugs isothermes : le chiffre d'affaires a presque doublé chaque année depuis 2014 et le poids de la catégorie est désormais significatif. Grâce à ses efforts continus dans l'innovation, le design et le marketing, SUPOR a su conquérir toute une génération de jeunes consommateurs.

VENTES SUPOR

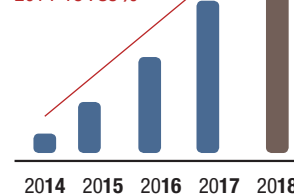
USTENSILES ET ACCESSOIRES DE CUISINE

Croissance moyenne annuelle des ventes 2014-18 : 30%



BOUTEILLES ET MUGS ISOTHERMES

Croissance moyenne annuelle des ventes 2014-18 : 80%



EMSA : une étape importante dans le développement de la catégorie

La conservation des aliments et les produits isothermes nomades sont des catégories prioritaires pour le Groupe.

EMSA, acquise en 2016, possédait un savoir-faire spécifique sur ces deux produits, qui ont rapidement complété le portefeuille du Groupe notamment à l'international.

Cela s'est traduit par une augmentation de près de 50% des volumes produits, toujours fabriqués à 75% dans les usines du Groupe avec plus de la moitié de la production en Allemagne.

L'objectif est de viser un public large, adulte, jeune ou enfant, pour la vie quotidienne, les loisirs ou le sport, avec un design adapté à chacun.

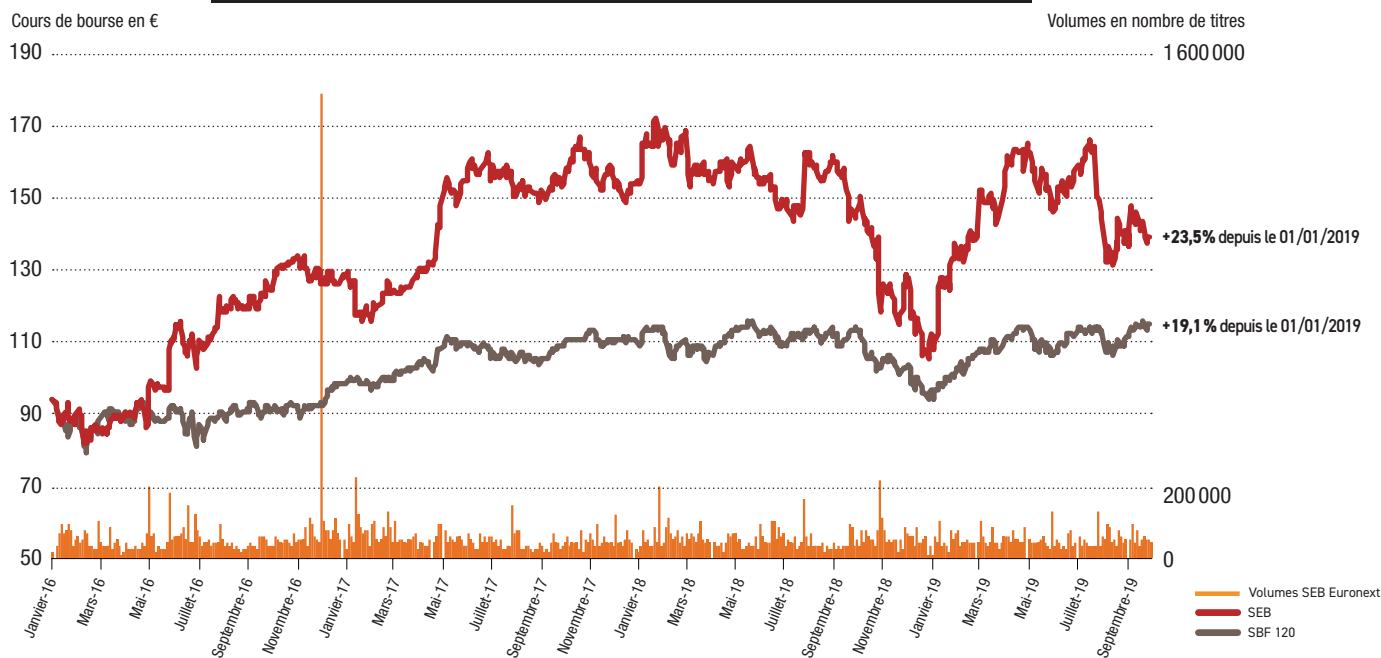
Pour une consommation nomade plus responsable

La consommation nomade de boissons, et en particulier de café, se fait généralement au moyen de gobelets jetables, contenant le plus souvent du plastique.

Anticipant les nouvelles réglementations et répondant aux nouveaux usages, les mugs isothermes EMSA sont une alternative plus écologique. En outre, l'expertise d'EMSA en matière d'étanchéité permet à la fois de conserver une boisson chaude pendant près de 4 heures et de transporter facilement.

en bourse

ÉVOLUTION DU COURS DE L'ACTION DEPUIS LE 01/01/2016



PERFORMANCE AU 30/09/2019

Cours de clôture	139,3 €
Capitalisation boursière	7 008 M€
+ haut (en séance)	166,8 €
+ bas (en séance)	105,6 €
Moyenne des 12 derniers mois (cours de clôture)	141,4 €
Moyenne des 30 derniers jours (cours de clôture)	141,5 €
Moyenne des transactions journalières en actions (12 derniers mois)	55 816

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 le site
<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 Ecully - FRANCE

AGENDA

23/09/2019 : Réunion d'actionnaires à Strasbourg

10/10/2019 : Réunion d'actionnaires à Grenoble

29/10/2019 : Ventes et informations financières 9 mois 2019

FICHE SIGNALÉTIQUE

Société anonyme au capital de 50 307 064 €

Divisé en 50 307 064 actions de 1 € de nominal

Cotation : Euronext Paris, Compartiment A

Code ISIN : FR0000121709

Reuters : SEBF.PA

Bloomberg : SK.FP

