

20 janvier 2015

Ventes provisoires 2014

Groupe SEB

Poursuite d'une croissance organique solide : + 4,9 % au 4^e trimestre

1

	VENTES	VARIATION à parités courantes	VARIATION à tcpc*
2014	4 253 M€	+ 2,2 %	+ 4,6 %
T4 2014	1 398 M€	+ 5,3 %	+ 4,9 %

* tcpc : taux de change et périmètre constants

Commentaires sur les ventes







En 2014, le contexte macro-économique mondial s'est caractérisé par une croissance molle, sous la conjonction notamment d'incertitudes ou de turbulences dans plusieurs pays émergents et de situations critiques dans certaines parties du globe. L'année a également été marquée par une grande volatilité des devises, avec la faiblesse continue de nombreuses monnaies face à l'euro, phénomène qui s'est encore accentué au 4^e trimestre avec en particulier l'effondrement du rouble, tandis que par ailleurs s'appréciaient le dollar américain et le yuan chinois.

Dans un environnement hautement concurrentiel et promotionnel, le marché du Petit Equipement Domestique est resté positif mais hétérogène selon les pays.

Les ventes 2014 du Groupe SEB se sont inscrites **en progression de 2,2 % en euros et de 4,6 % à taux de change et périmètre constants. La croissance organique a donc été soutenue**, comme annoncé, portée par la contribution positive de la quasi-totalité des grands marchés du Groupe -à l'exception de la Russie et du Japon-, ainsi que par l'innovation, qui a une nouvelle fois confirmé son rôle moteur. Elle a été alimentée par une belle vitalité de l'activité au second semestre avec une **accélération au 4^e trimestre**, au cours duquel le chiffre d'affaires a progressé de **4,9 % à structure et parités constantes**, comme en 2013, tiré notamment par la France, les Etats-Unis, le Brésil et la Chine.

Les devises ont pesé tout au long de l'année sur les ventes publiées avec un **impact négatif de - 132 M€ sur 12 mois et de - 6 M€ sur le 4^e trimestre**, dû essentiellement au yen, au rouble, au real, à la hryvnia ukrainienne et à la livre turque, le yuan et le dollar ayant eu un effet positif sur les derniers mois. Par ailleurs, les ventes incluent également un **effet périmètre de + 33 M€ sur l'année** (dont 10 M€ sur le trimestre) provenant de la consolidation depuis le 1^{er} janvier 2014 de Groupe SEB India (ex Maharaja Whiteline) et de la société canadienne Coranco.







Détail de l'activité par zone géographique

Ventes en M€	2013	2014	Variation 2014/2013	
			Parités courantes	Tcpc*
 France	666	700	+ 5,1 %	+ 5,1 %
 Autres pays de l'U.E occidentale	821	849	+ 3,5 %	+ 2,8 %
 Amérique du Nord	468	496	+5,9 %	+ 4,0 %
 Amérique du Sud	426	421	- 1,3 %	+ 6,9 %
 Asie Pacifique	1 087	1 132	+ 4,2 %	+ 7,9 %
 Europe Centrale, Russie et autres pays	693	655	- 5,6 %	+ 0,4 %
TOTAL	4 161	4 253	+ 2,2 %	+ 4,6 %

*Tcpc : taux de change et périmètre constants

Chiffres arrondis en M€

% calculés sur chiffres non arrondis

Ventes en M€	4 ^e trimestre 2013	4 ^e trimestre 2014	Variation 2014/2013	
			Parités courantes	Tcpc*
 France	252	275	+ 9,2 %	+ 9,2 %
 Autres pays de l'U.E occidentale	305	305	- 0,0 %	- 1,2 %
 Amérique du Nord	149	171	+ 14,4 %	+ 5,0 %
 Amérique du Sud	119	128	+ 7,3 %	+ 11,0 %
 Asie Pacifique	296	315	+ 6,6 %	+ 3,5 %
 Europe Centrale, Russie et autres pays	207	204	- 1,4 %	+ 7,0 %
TOTAL	1 328	1 398	+ 5,3 %	+ 4,9 %

*Tcpc : taux de change et périmètre constants

Chiffres arrondis en M€

% calculés sur chiffres non arrondis

LEADER MONDIAL DU PETIT ÉQUIPEMENT DOMESTIQUE



France : une très bonne fin d'année

Dans un marché légèrement positif, nos ventes se sont fortement accélérées au 4^e trimestre, affichant une progression de 9,2 %, après un 3^e trimestre pourtant déjà solide, à + 4,6 %. Le Groupe signe ainsi son sixième trimestre consécutif de croissance ainsi qu'un très bon second semestre. Cette activité vigoureuse est portée par le petit électroménager, qui a bénéficié d'une grande vitalité produits, ainsi que par un programme de fidélisation en articles culinaires mis en place en novembre dans une enseigne de la grande distribution. Elle a permis au Groupe de continuer à surperformer le marché et de renforcer encore ses positions en France.

En produits électriques, les principaux moteurs de cette dynamique sont toujours la préparation des aliments (robots pâtisseries, blenders et surtout le robot cuiseur Cuisine Companion, qui s'est fermement établi sur le marché), le multicuiseur Cookeo, dont les ventes ont été plus que doublées, les aspirateurs, les cafetières Nespresso, les machines à bière pression, les friteuses traditionnelles... En repassage, l'activité a été plus difficile mais le Groupe a surperformé un marché en repli et renforcé ses positions. En soin de la personne, nos ventes sont en baisse.

Dans un marché des articles culinaires toujours en retrait, le Groupe a réalisé une fin d'année positive, sans toutefois pouvoir rattraper une activité jusque-là plutôt morose.



Autres pays de l'Europe Occidentale : une activité satisfaisante

En Europe Occidentale, le marché du petit électroménager a connu une croissance solide en 2014 tandis que celui des articles culinaires a en revanche été plus tendu.

Malgré un historique 2013 exigeant, le Groupe réalise une bonne performance dans la quasi-totalité des pays européens. Sur l'année, les ventes affichent une croissance organique de + 2,8 % malgré un 4^e trimestre en léger repli (- 1,2 % en organique). En Allemagne, nous terminons l'année avec un chiffre d'affaires stable après un 4^e trimestre en recul marqué du fait de la non-récurrence d'un important programme de fidélisation en articles culinaires fin 2013. Cette opération exclue, les ventes ont sensiblement progressé, grâce notamment aux avancées réalisées en friteuses, Actify en tête, au très bon accueil de notre offre d'aspirateurs « Energy label » et à une très forte dynamique en cafetières expresso automatiques. Par ailleurs, la croissance est restée très ferme au Royaume-Uni, avec une fin d'année vigoureuse, tirée en particulier par le café portionné (Nespresso et Dolce Gusto), Actify et Optigrill. En Espagne, malgré l'absence d'opération de fidélisation d'ampleur comme en 2013, le Groupe fait une belle année dans presque toutes les familles de produits et renforce encore ses positions sur un marché du petit électroménager en nette reprise. Il en est de même en Italie, où nous avons bénéficié au 4^e trimestre d'une forte impulsion du robot cuiseur Cuisine Companion et réalisé de solides performances en fers et en machines Nespresso. Aux Pays-Bas et en Scandinavie, l'activité a été globalement soutenue et en redressement notable par rapport à 2013.

LEADER MONDIAL DU PETIT ÉQUIPEMENT DOMESTIQUE



Amérique du Nord : une dynamique américaine renforcée

Après un début d'année pénalisé par une météorologie défavorable, la reprise de l'économie américaine a eu un effet positif sur nos ventes en Amérique du Nord : leur croissance organique s'est établie à + 4 % sur l'année et à + 5 % au 4^e trimestre. Cette progression soutenue, qui s'est améliorée au fil des trimestres, est tirée essentiellement par l'activité aux Etats-Unis, où la croissance en dollars a dépassé 8 % au 4^e trimestre. Plusieurs facteurs sont à l'origine de cette forte performance. En articles culinaires se sont conjugués un net regain d'activité de T-Fal en cœur de gamme, une forte dynamique d'All-Clad sur le segment premium et un développement solide d'Imusa en produits ethniques. En électrique culinaire, nous avons poursuivi l'élargissement de la distribution d'Optigrill, dont le succès se confirme. En repassage, l'introduction de nouveaux modèles de fers Rowenta et T-Fal ainsi que des avancées en défroisseurs ont porté la croissance. Le renforcement de notre présence dans les points de vente physiques et sur internet ainsi que la réussite de plusieurs opérations promotionnelles spécifiques ont également contribué à la performance 2014.

Au Canada, dans un marché moins porteur et pénalisé par l'affaiblissement du dollar canadien, le Groupe a vu l'activité marquer le pas en fin d'année après des mois de croissance ininterrompue. Les ventes annuelles restent néanmoins en légère progression à taux de change et périmètre constants. Enfin, au Mexique, notre chiffre d'affaires 2014 est légèrement supérieur à celui de 2013 en monnaie locale, tiré notamment par les articles culinaires et les fers.

4



Amérique du Sud : une forte accélération de la croissance au 4^e trimestre

Avec une nouvelle accélération de la croissance de ses ventes, le Groupe a confirmé au 4^e trimestre les bonnes performances réalisées depuis le début de l'année.

Au Brésil, nous avons dû faire face aux incertitudes économiques, aux enjeux monétaires, à une inflation accrue et à une consommation ralentie, perturbée en outre par les élections. La faiblesse du real nous a conduits à passer en début d'année des hausses de prix qui ont contribué à compliquer notre activité commerciale. Dans ce contexte tendu, le chiffre d'affaires 2014 du Groupe progresse cependant fortement, dynamisé par un excellent 4^e trimestre (+ 11,3 % à parités et structure constantes), porté par le petit électroménager, et notamment les ventilateurs, les cafetières Dolce Gusto, le repassage et les machines à laver semi-automatiques. L'activité reste plus difficile en articles culinaires, mais s'est stabilisée en fin d'année.

En Colombie, à l'issue d'un 4^e trimestre en progression modérée, les ventes annuelles du Groupe affichent une croissance organique solide, à mettre au compte des produits électriques tels que les ventilateurs et les fers, ainsi que du fort soutien publicitaire et marketing dont Imusa a bénéficié dans le cadre des événements organisés autour de ses 80 ans.

LEADER MONDIAL DU PETIT ÉQUIPEMENT DOMESTIQUE



Asie-Pacifique : une belle performance globale, hors Japon

Avec une progression des ventes de + 4,2 % en euros et de + 7,9 % en devises locales, le Groupe réalise une année satisfaisante, marquée toutefois par un contraste fort entre vitalité soutenue en Chine et tensions importantes au Japon. Le 4^e trimestre est globalement en ligne avec la performance annuelle, avec une croissance organique un peu plus modérée, à + 3,5 %.

Le Groupe a connu au Japon une année très difficile sous la conjonction de multiples facteurs négatifs tels que la faiblesse du yen face à l'euro, des hausses de prix compensatoires fortement impactantes sur les volumes et une consommation affectée par l'augmentation du taux de TVA le 1^{er} avril. Malgré les actions mises en œuvre, nos ventes 2014 sont en recul très significatif, contrastant avec des années de forte dynamique. Cela reste vrai au 4^e trimestre du fait d'un historique 2013 très élevé (achats d'anticipation des distributeurs avant la hausse des prix de janvier 2014).

A contrario, le Groupe a réalisé une croissance très vigoureuse, quasi-linéaire au fil des trimestres, de son chiffre d'affaires en Chine. De fait, dans un marché du petit équipement domestique bien orienté, le déploiement d'une offre produits en permanence enrichie de nouveautés, l'expansion territoriale continue, notamment dans les villes de 3^e et 4^e rang, et le développement accéléré des ventes en ligne ont permis à Supor de poursuivre le renforcement de ses positions, tant en articles culinaires qu'en petit électroménager. Dans la grande majorité des autres pays de la zone, l'activité a été très satisfaisante, avec une mention spéciale pour la Corée du Sud qui a fait une très belle année.



Europe centrale, Russie et autres pays : une activité ferme, freinée par la Russie

Dans cette zone troublée par la crise en Russie et en Ukraine ainsi que par des effets devises majeurs (rouble, livre turque, hryvnia ukrainienne notamment), l'activité du Groupe a été fortement affectée.

En Russie, notre chiffre d'affaires 2014 est en forte baisse à parités constantes. La conjoncture économique s'est dégradée au fil des mois et la demande a été pénalisée par la hausse de l'inflation. Dans un contexte concurrentiel et promotionnel exacerbé, l'effondrement du rouble en décembre a rendu la situation encore plus difficile en fin d'année. Toutefois, le Groupe a réalisé au 4^e trimestre des ventes quasi-stables grâce à un rebond de l'activité dans certaines familles de produits et à deux programmes de fidélisation mis en place avec des distributeurs. Mais le contexte général actuel du pays et le manque de visibilité ne nous permettent pas à ce stade d'extrapoler cette performance sur 2015. Il en va de même pour le net redressement de notre chiffre d'affaires et de nos parts de marché en Ukraine en fin d'année. Dans les pays d'Europe Centrale, notre performance a été très satisfaisante et le dernier trimestre vigoureux, notamment en Pologne. En Turquie, après deux années difficiles, nous avons renoué avec une croissance organique très robuste et renforcé significativement nos positions sur le marché grâce en particulier à des progrès notables en soin du linge et en entretien des sols. Enfin, le Groupe réalise une bonne année au Moyen-Orient et en Egypte, malgré un contexte plus tendu sur les derniers mois.



LEADER MONDIAL
DU PETIT ÉQUIPEMENT DOMESTIQUE

Perspectives

Le Groupe confirme son objectif de réaliser, à parités et structures constantes, une croissance de son Résultat Opérationnel d'Activité 2014 supérieure à celle de 2013.

Les fluctuations récentes de certaines monnaies face à l'euro se sont traduites par un effet parités négatif plus modéré sur le chiffre d'affaires du 4^e trimestre. Elles auront cependant sur le Résultat Opérationnel d'Activité publié un impact défavorable significatif que la bonne tenue des ventes en fin d'année et les actions mises en place devraient compenser.

Comme anticipé, la dette nette au 31 décembre 2014 sera supérieure à celle de fin 2013 du fait en particulier de l'investissement stratégique dans le nouveau siège social du Groupe. Le bilan restera sain et solide.

Retrouvez l'audiocast de la conférence téléphonique sur notre site internet (en anglais) :

www.groupeseb.com ou [cliquez ici](#)

● **Prochains évènements** ●

26 février

Résultats consolidés 2014

23 avril

Ventes et infos financières T1 2015

12 mai

Assemblée Générale

23 juillet

Ventes et résultats S1 2015

7

● **Contacts** ●

Investisseurs / Analystes

Groupe SEB

Direction de la Communication Financière

et des Relations Investisseurs

Isabelle Posth et Emmanuel Fourret

Chemin du Petit Bois - BP 172

69134 Ecully Cedex

Tél. : +33 (0) 4 72 18 16 40

comfin@groupeseb.com

Presse

Image Sept

Estelle Guillot-Tantay

Caroline Simon

7 rue Copernic

75116 PARIS

Tél. : +33 (0) 1 53 70 74 70

Fax : +33 (0) 1 53 70 74 50

Et retrouvez nous aussi sur ... www.groupeseb.com



Leader mondial du Petit Equipement Domestique, le Groupe SEB déploie son activité dans près de 150 pays en s'appuyant sur un ensemble unique de marques de premier rang (Tefal, Rowenta, Moulinex, Krups, Lagostina, All-Clad, Supor...), commercialisées à travers une distribution multi format. Vendant quelque 200 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. Le Groupe SEB emploie près de 25 000 collaborateurs dans le monde.

SEB SA

SEB SA - N° RCS 300 349 636 RCS LYON – capital 50 169 049 € TVA intracommunautaire : FR 12300349636