



RÉSULTATS ANNUELS 2020

Ecully | 25 février 2021

Suivez le webcast de la réunion
en cliquant [ici](#) ou sur www.groupeseb.com



- All-Clad
- ARNO
- ASIA
- calor
- clock
- Curtis
- DASH
- emsa
- HEPP
- IMUSA
- ORIGINAL KAISER
- KramPouz
- KRUPS
- Lagostina
- MAHARAJA WHITELINE
- MIRRO
- Moulinex
- OBH NORDICA
- PANEX
- Rochedo
- Rowenta
- samuraï
- schaerer
- SEB
- Silit
- SUPOR
- Tfal
- Tefal
- WMCO
- WearEver
- WMF

AVERTISSEMENT

Cette présentation 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 d'Enregistrement Universel déposé chaque année à l'AMF. Le bilan et le compte de résultat inclus dans le présent communiqué de presse sont extraits des états financiers consolidés au 31 décembre 2020 audités par les Commissaires aux comptes et arrêtés par le Conseil d'Administration de SEB SA en date du 23 février 2021.

- 1. 2020 : une année particulière**
- 2. Forte résilience et solidité du Groupe face à la crise**
- 3. Poursuite des projets**
- 4. Conclusions et perspectives**
- 5. Annexes**



SOMMAIRE



01

2020 : UNE ANNÉE
PARTICULIÈRE

Un environnement général inédit

- Covid-19 : une crise sanitaire et économique sans précédent
- Des impacts dans la distribution et la consommation
- Bonne tenue du marché du Petit équipement domestique, en particulier les appareils et Articles culinaires
 - Tiré par l'impératif de rester à la maison...
 - ...et la forte accélération des ventes en ligne
- Marché Professionnel très impacté (HORECA)
- Environnement monétaire et matières premières volatil

Nos équipes mobilisées et réactives, partout dans le monde

Priorité à la **santé**
et à la **sécurité**
des employés



Mesures
sanitaires généralisées
Télétravail
Initiatives solidaires

Continuité d'activité
assurée



Flexibilité opérationnelle
Accélération du e-commerce

Gestion active
de la **liquidité**
et des **coûts**



Nouvel **emprunt obligataire**
Gestion du risque crédit
Réduction de la dette

Poursuite des **projets**



Digital First
Acquisitions et prises de
participation
Démarche responsable
Innovation produits

MERCI



Une activité résiliente, soutenue par le Grand public



Ventes
6 940 M€
- 5,6 % - 3,8 % à tcpc

Professionnel
575 M€
- 28,0 % - 30,7 % à tcpc



Grand public
6 365 M€
- 2,9 % - 0,5 % à tcpc

Chiffre d'affaires

6 940 M€

- 5,6 % - 3,8 % à tcpc

**Résultat Opérationnel
d'Activité**

605 M€

- 18,2 % - 4,8 % à tcpc

Dette nette

1 518 M€

- 479 M€ vs 2019

Résultat net

301 M€

- 20,9 %

Dividende proposé à l'AG 2021

au titre de l'exercice 2020

2,14 €

Après attribution d'1 action gratuite pour 10



02

FORTE RÉSILIENCE
ET SOLIDITÉ DU
GROUPE FACE
À LA CRISE

1

Ventes

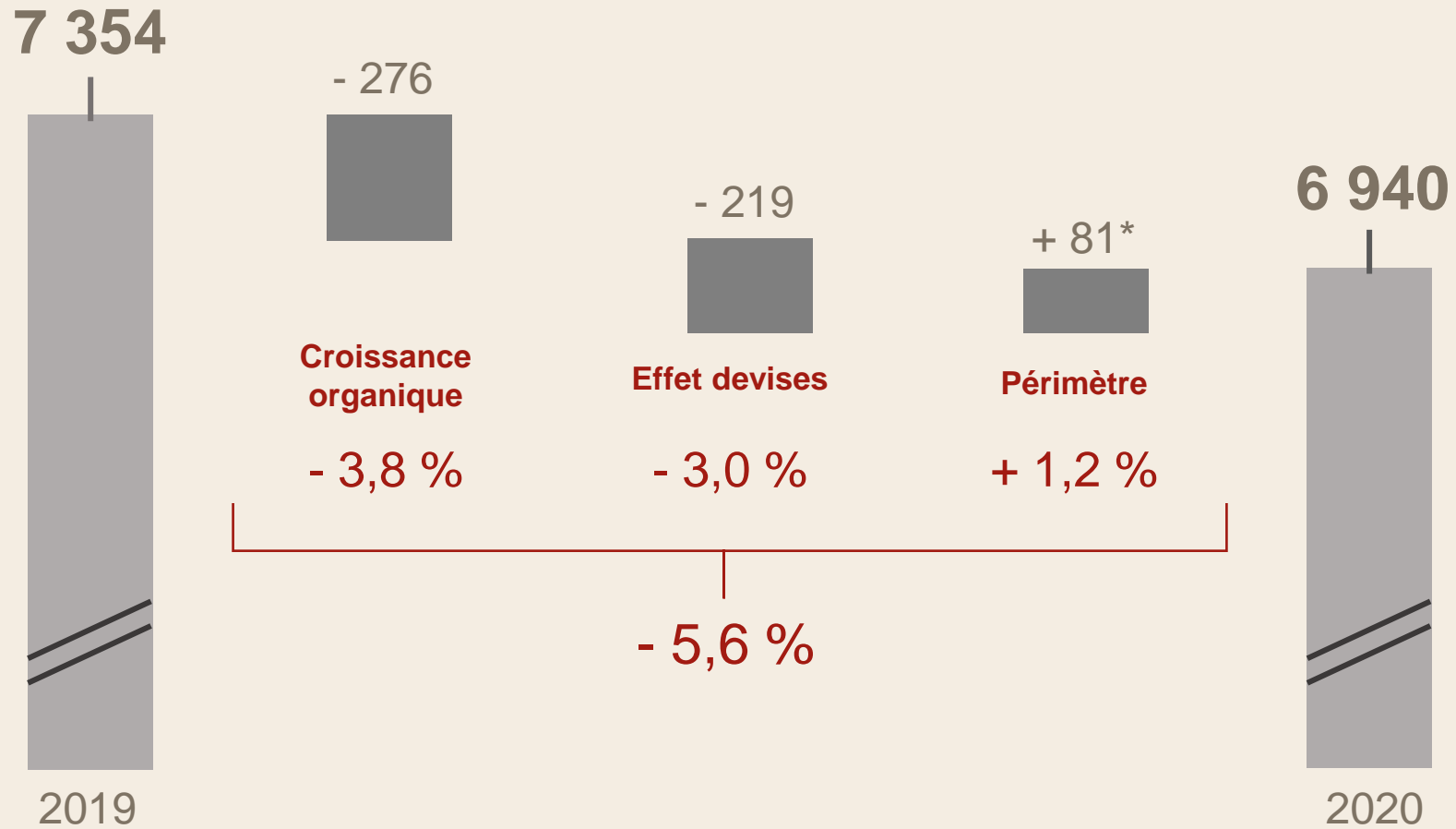
2

Résultats



Évolution des ventes 2019 → 2020

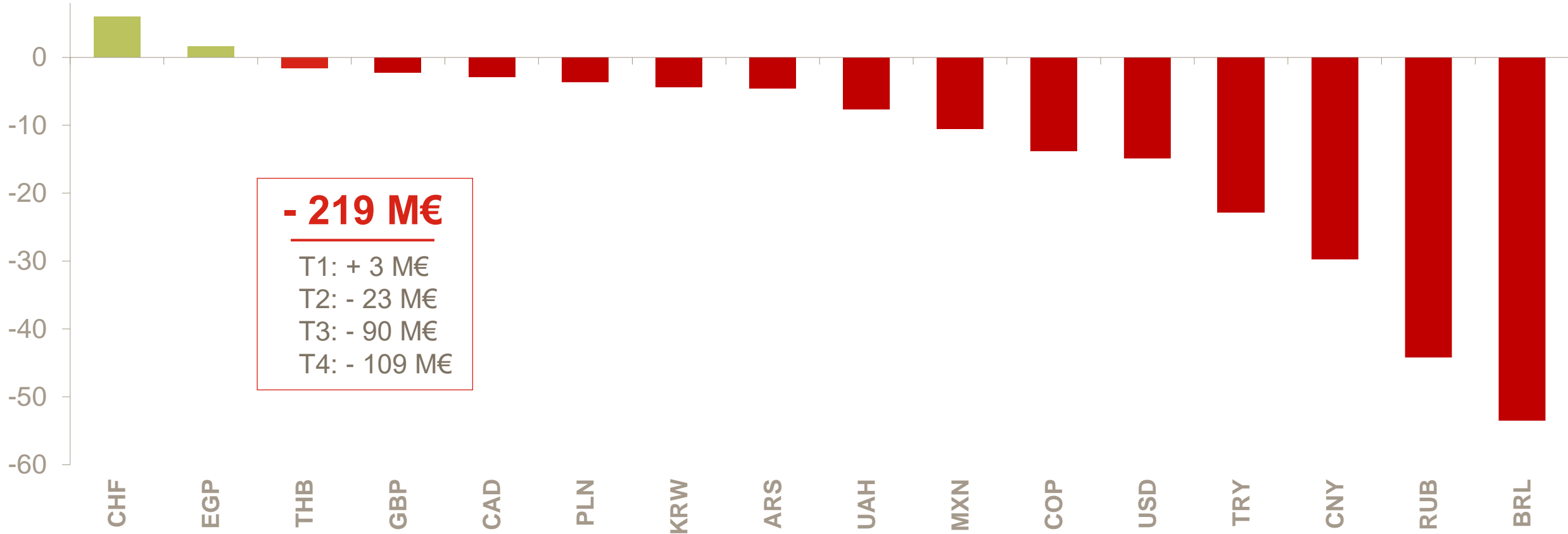
En M€



*dont 60 M€ pour Storebound (5 mois de consolidation)

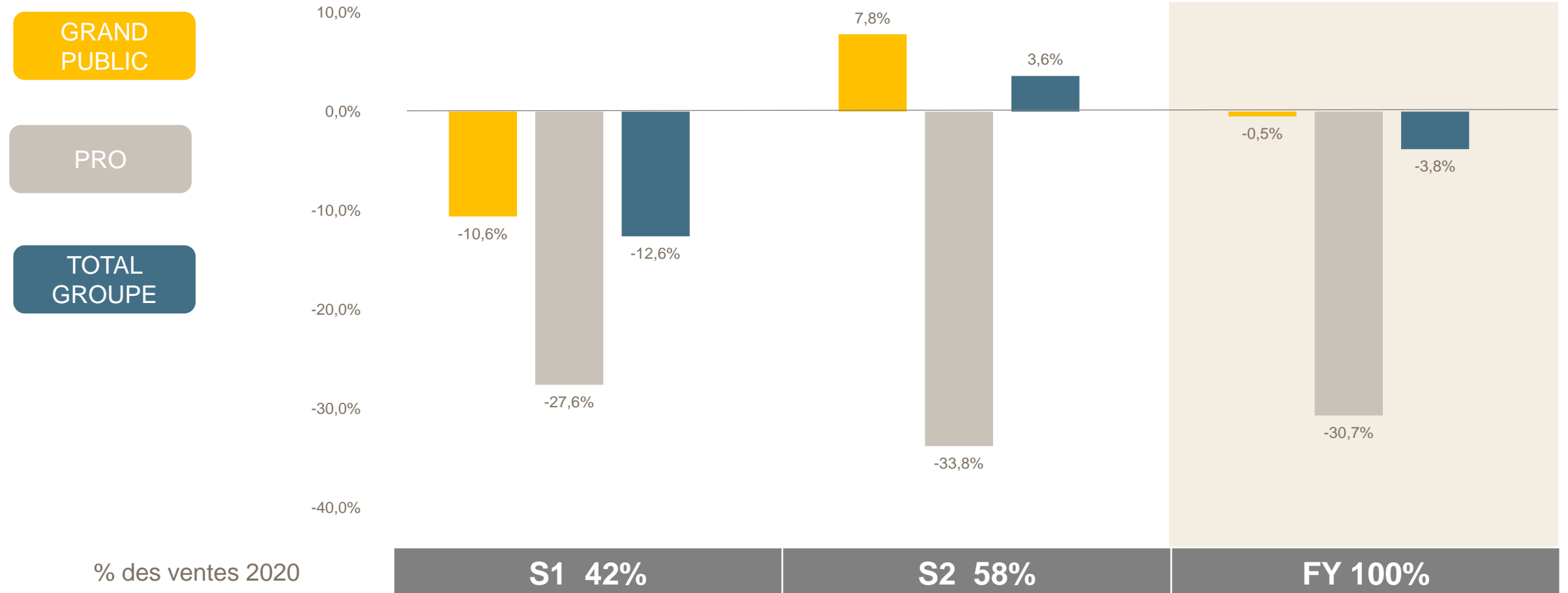
Impact devises sur les ventes 2020

En M€



Une activité volatile, avec un 2nd semestre dynamique en Grand public

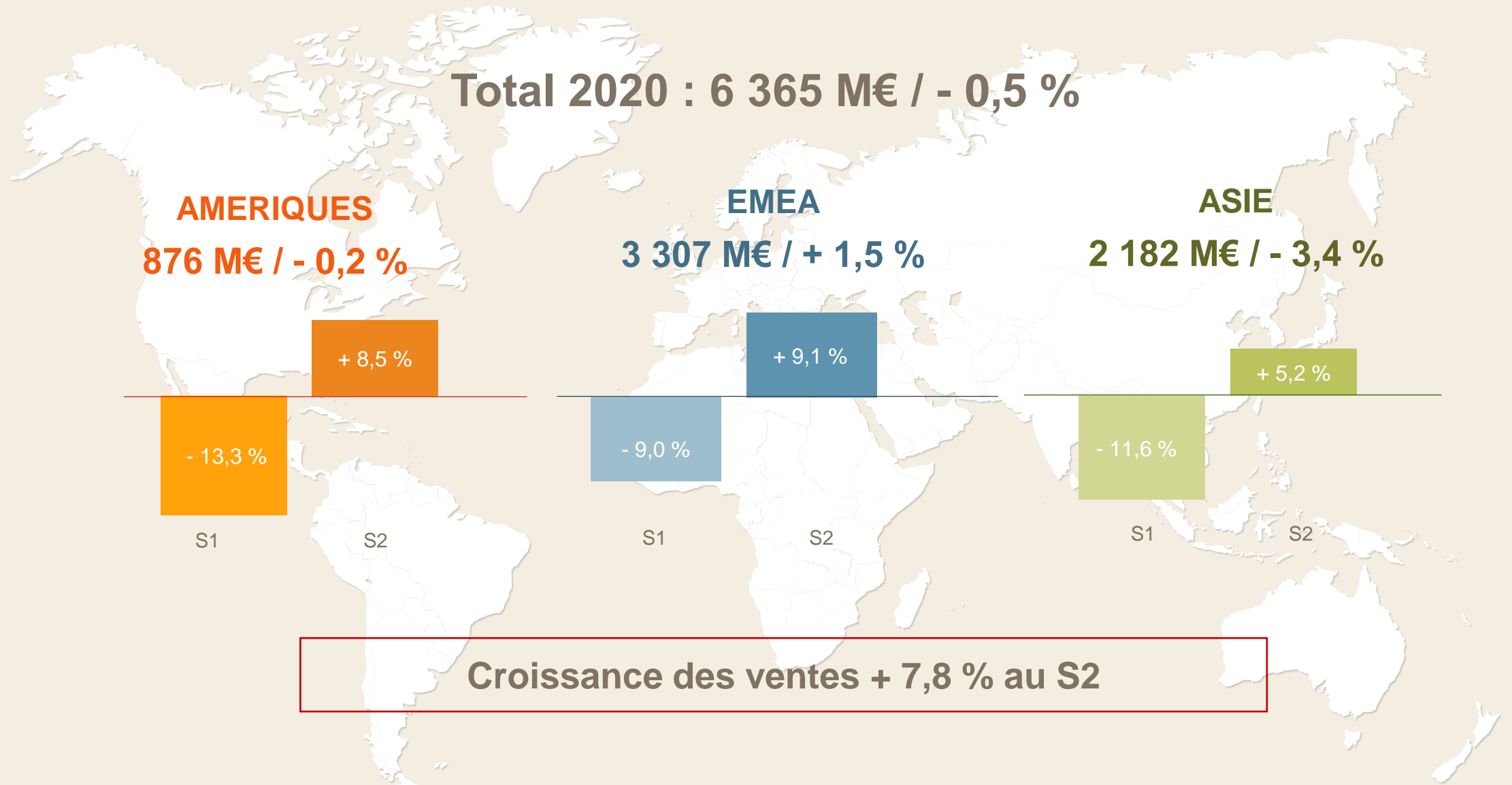
Évolution des ventes à tpc (% vs. 2019)



Grand Public



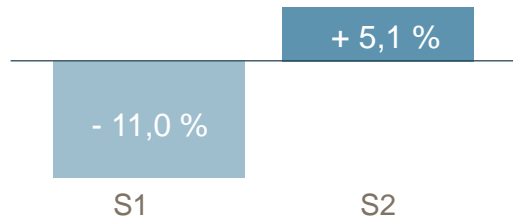
Ventes Grand public - à *tcpc*



Europe occidentale

Ventes
2 406 M€

Croissance organique
- 1,5%



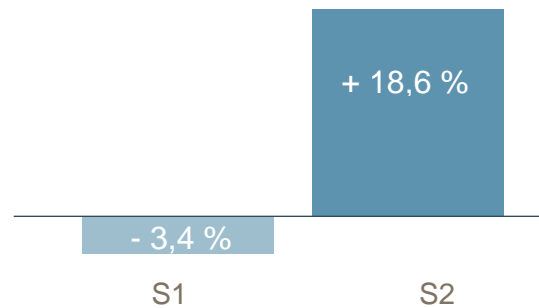
- Bonnes performances sur le S2 tirées par la quasi-totalité des pays
- Solide dynamique de toutes les catégories de produits y.c. WMF
- Forte accélération des ventes en ligne vs. 2019



Autres pays EMEA

Ventes
901 M€

Croissance organique
+ 9,6 %



- Remarquable redressement des ventes sur le S2
- Des effets devises pénalisants, partiellement compensés par des hausses de prix
- Dynamique fortement tirée par le e-commerce et le déploiement de nos activités DTC
- Performances tirées par les aspirateurs versatiles et robots : ventes 2020 + 20 % à tpc

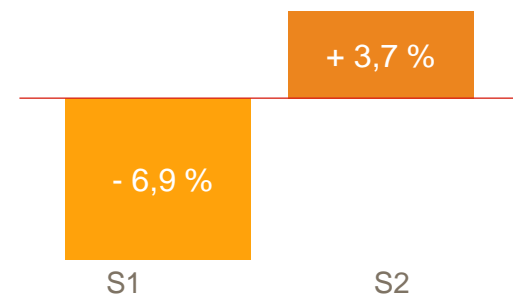


Amérique du Nord



Ventes
622 M€

Croissance organique
- 0,3 %



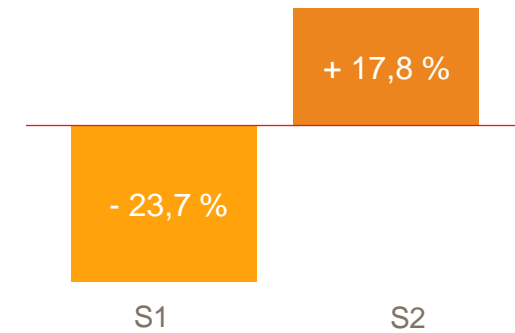
- Performances tirées par les Articles culinaires (T-Fal, All-Clad, Imusa)
- Accélération du e-commerce vs. distribution exclusivement physique
- Intégration de StoreBound: ventes annuelles > 120 M USD

Amérique du Sud



Ventes
254 M€

Croissance organique
+ 0,1 %

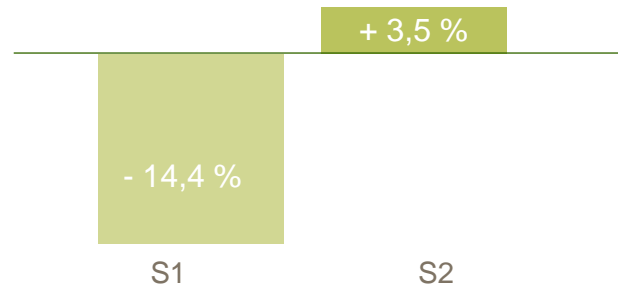


- Fort redressement des ventes au S2 porté notamment par :
 - L'accélération du e-commerce
 - Une bonne saison en ventilateurs (croissance >+20% à tpc)
 - Un momentum robuste dans les appareils culinaires
- Ventes pénalisées par l'affaiblissement des devises

Chine

Ventes
1 626 M€

Croissance organique
- 6,1 %



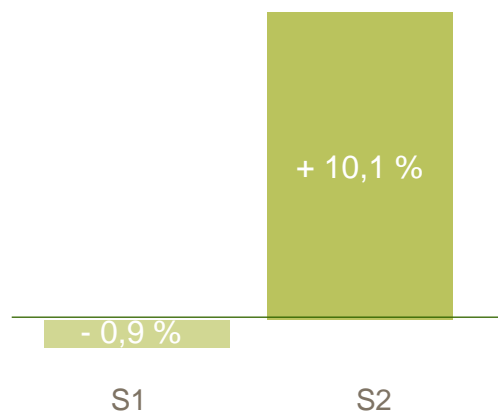
- Marché contrasté entre le solide momentum en e-commerce et le recul de la distribution physique
- Ventes 2020 en Articles culinaires pénalisées par la fermeture de l'usine de Wuhan au S1
- Ventes en Petit électroménager tirées par la préparation culinaire



Autres pays d'Asie

Ventes
556 M€

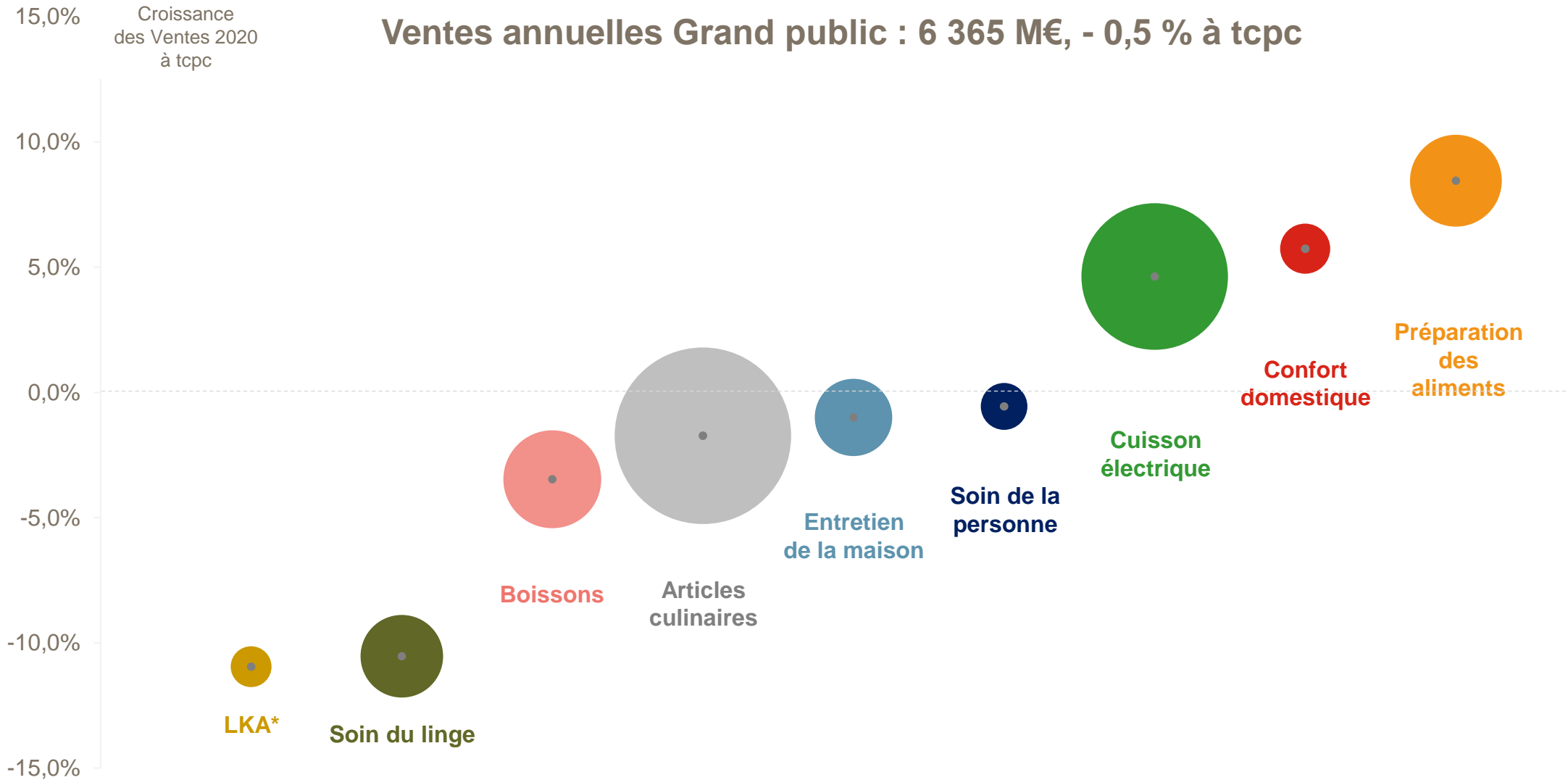
Croissance organique
+ 5,2 %



- Bonnes performances généralisées dans la zone, notamment grâce à l'accélération du e-commerce.
- Japon : ventes portées par la Cuisson électrique et les Articles culinaires
- Corée du Sud : extension de l'offre et gains de référencements

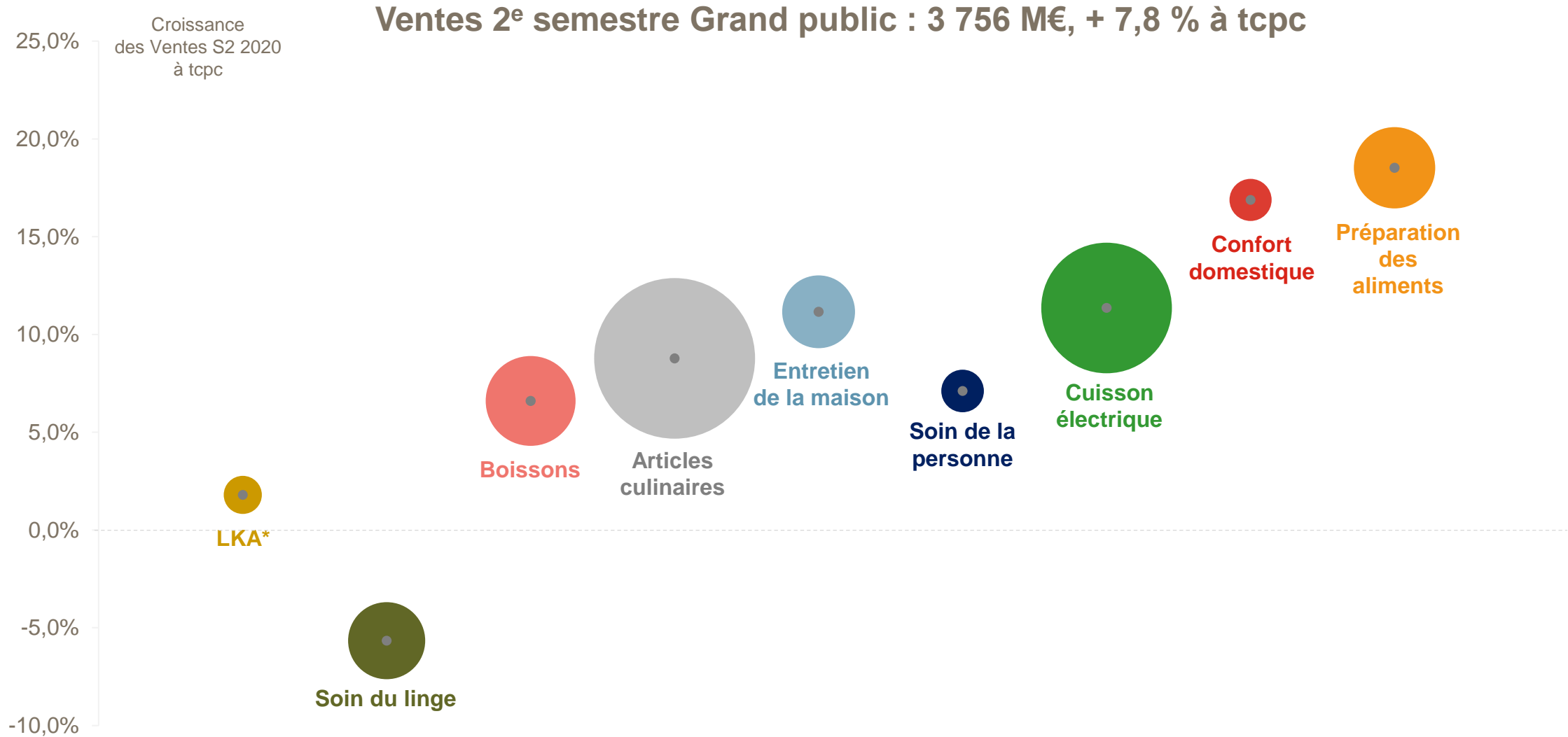


Évolution des ventes par ligne de produits



*Large Kitchen Appliances (Equipement fixe de cuisine)

Évolution des ventes par ligne de produits



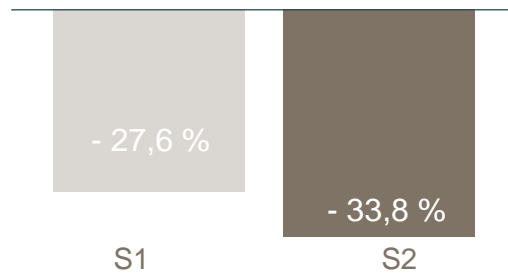
*Large Kitchen Appliances (Equipement fixe de cuisine)

Professionnel



Ventes
575 M€

Croissance organique
- 30,7 %



- Ventes en net repli, équipement et maintenance / service
- Base de comparaison défavorable en PCM
- Secteur HORECA fortement affecté par les restrictions sanitaires



1

Ventes

2

Résultats

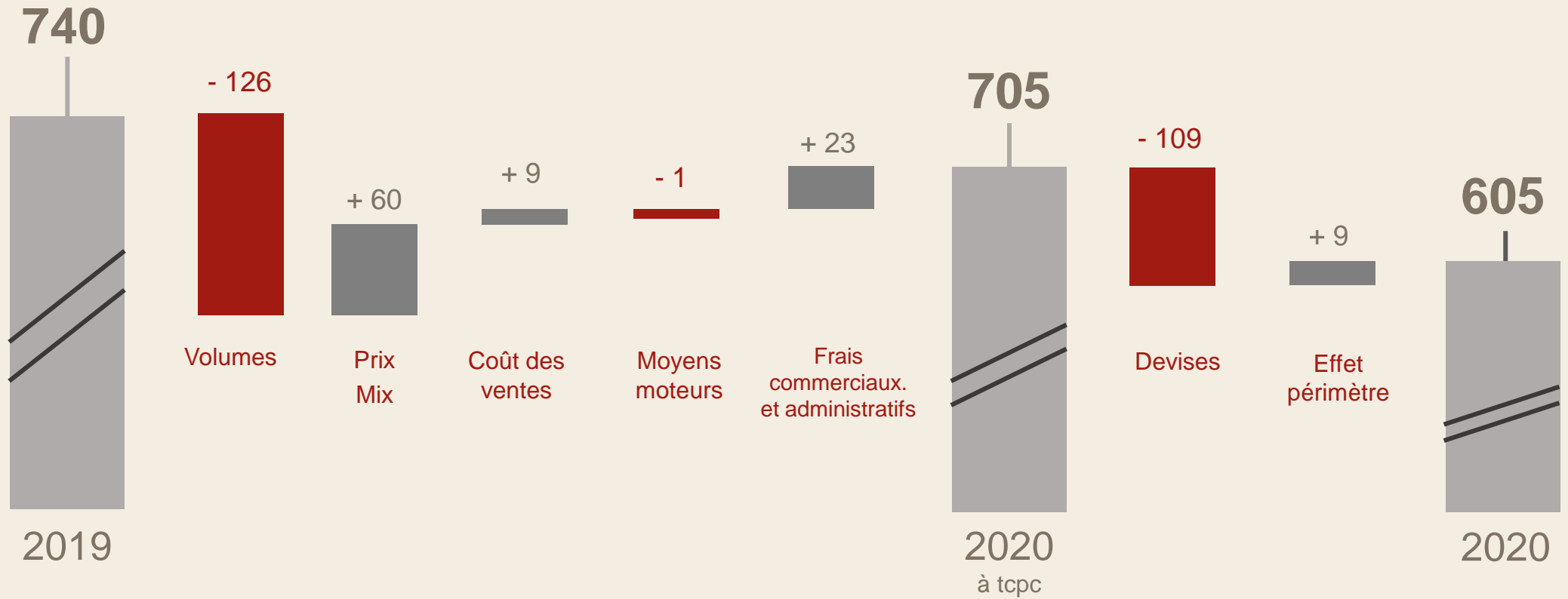


Résultat Opérationnel d'Activité (ROPA)

En M€	2019	2020	Δ	Δ tpc
Ventes	7 354	6 940	- 5,6 %	- 3,8 %
ROPA	740	605	- 18,2 %	- 4,8 %
<i>MOP</i>	10,1 %	8,7 %	- 1,4pt	

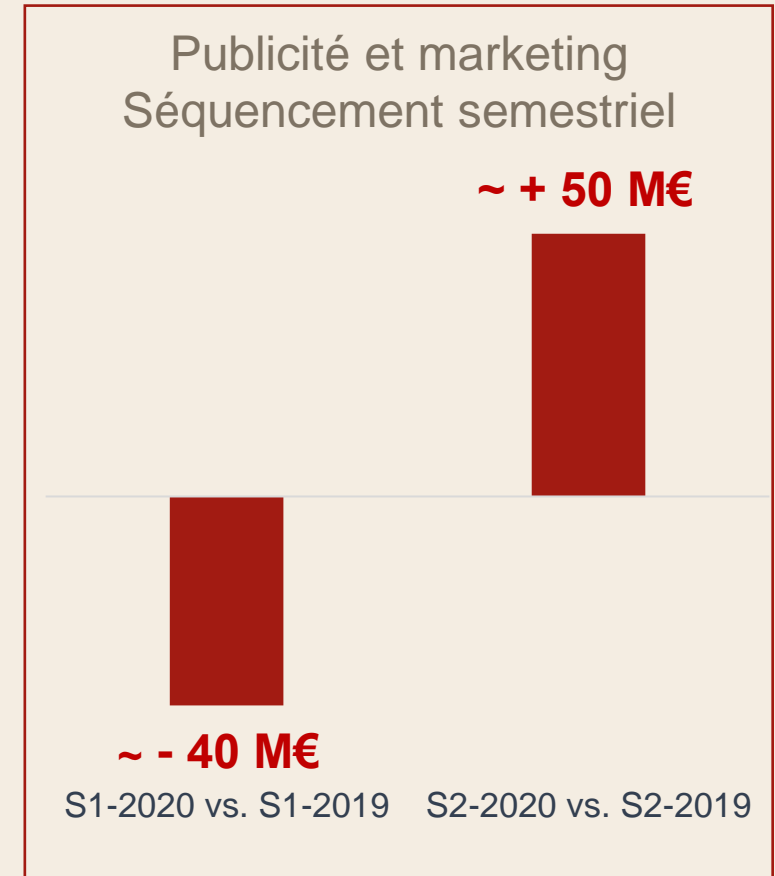
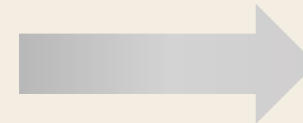
Construction du ROPA

En M€



Moyens moteurs

En M€	2019	2020
Innovation	267	240
Publicité et marketing	461	472
Total moyens moteurs	728	712



Innovation : montants bruts avant CIR et capitalisation

Résultat d'exploitation

En M€	2019	2020	Δ %
ROPA	740	605	- 18,2 %
Intéressement et participation	- 37	- 24	
Autres produits et charges d'exploitation	- 82	- 78	
Résultat d'exploitation	621	503	- 18,9 %

Résultat net

En M€	2019	2020	Δ %
Résultat d'exploitation	621	503	- 18,9 %
Résultat financier	- 61	- 60	
Impôts	- 131	- 94	
Intérêts minoritaires	- 49	- 48	
Résultat net	380	301	- 20,9 %

Bilan simplifié

En M€	31/12/2019	31/12/2020	Δ M €
Actif immobilisé	4 263	4 250	- 13
BFR d'exploitation	1 215	848	- 367
Total des actifs à financer	5 478	5 098	- 380
Fonds propres	2 628	2 735	+ 107
Provisions	423	454	+ 31
Autres actifs et passifs à CT	430	391	- 39
Dette financière nette	1 997*	1 518*	- 479
Total des financements	5 478	5 098	- 380

* Dont respectivement 334 M€ et 339M€ impact IFRS16 en 2019 et 2020

Evolution du BFR d'exploitation

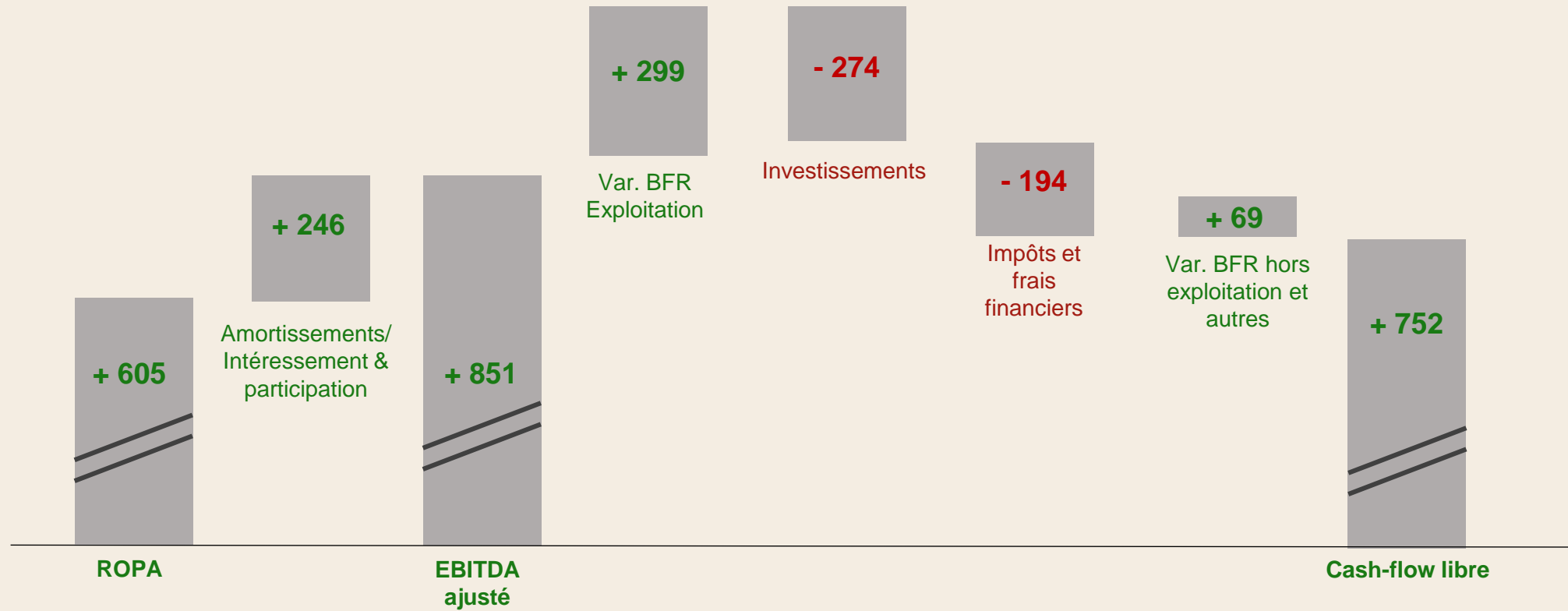
	2019		2020	
	M€	% CA	M€	% CA
Clients	1 017	13,8%	841	12,1 %
Stocks	1 189	16,2%	1 212	17,4 %
Fournisseurs	- 991	- 13,5 %	- 1 205	- 17,3 %
BFR	1 215	16,5 %	848	12,2 %

Amélioration du BFR de 367 M€,
principalement liée à :

- un changement de business model avec un distributeur en Chine
- des effets de saisonnalité favorables sur les postes clients et fournisseurs
- des effets devises favorables

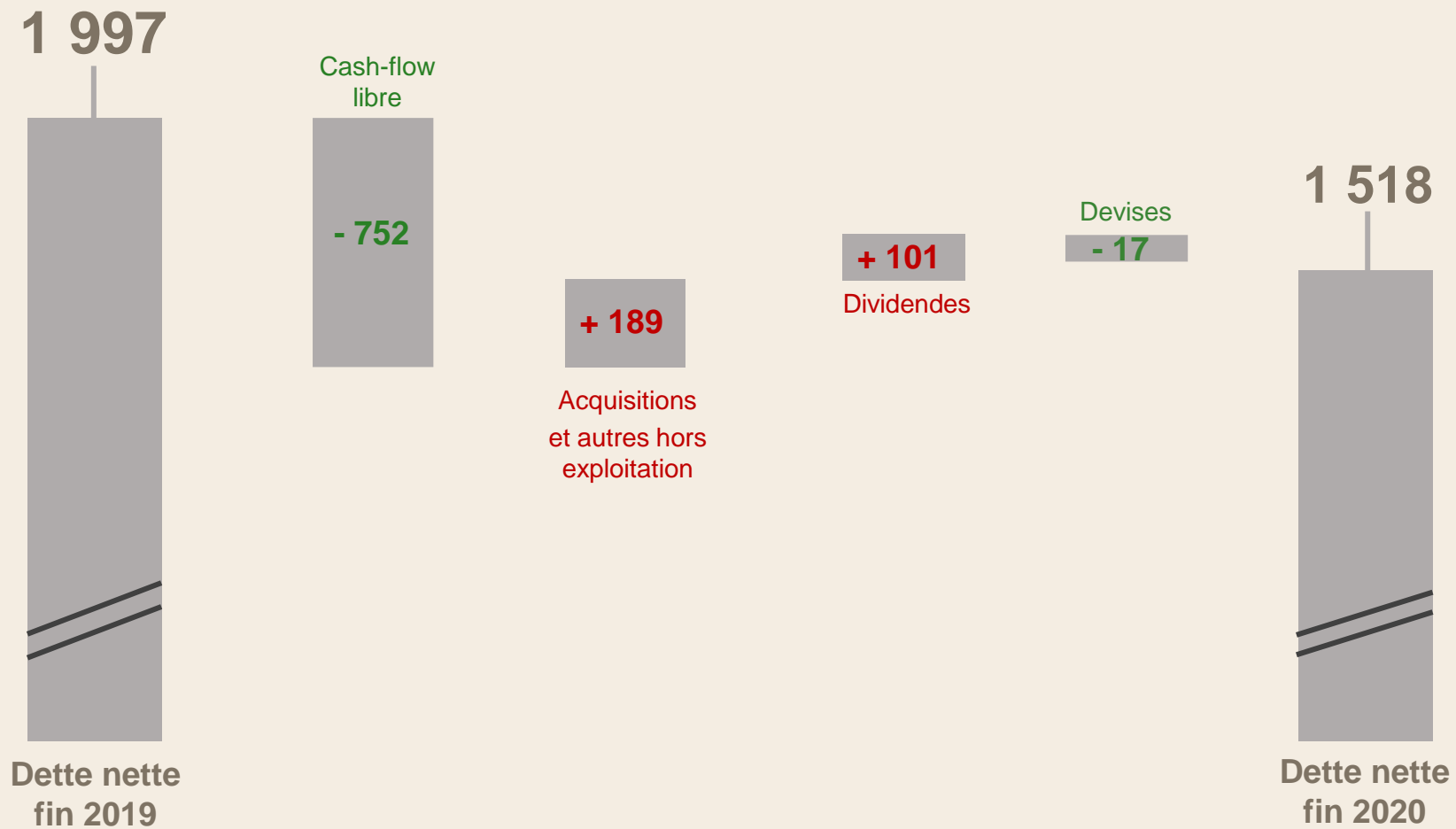
Génération de trésorerie / Cash-flow libre

En M€



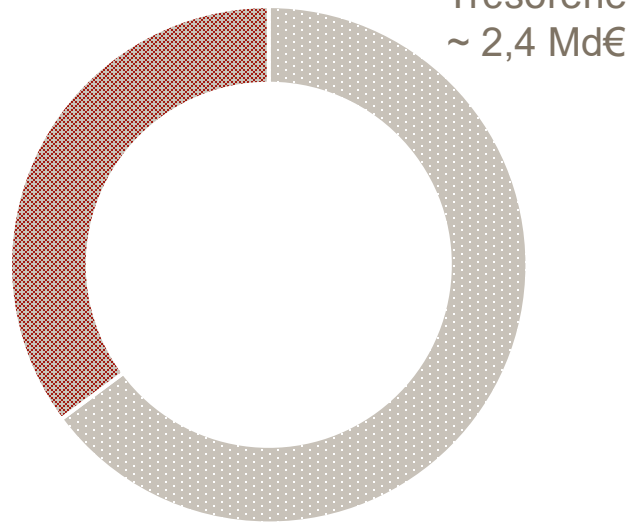
Evolution de l'endettement net

En M€

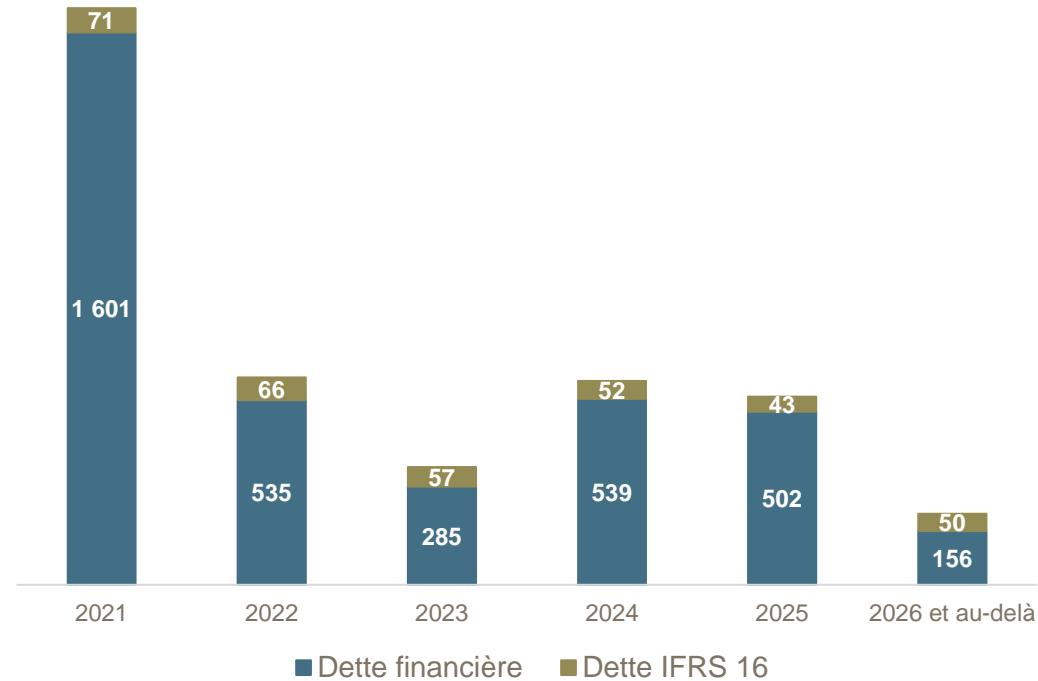


Une structure de financement saine et bien équilibrée

Lignes de crédit confirmées non tirées
~ 1,3 Md €



Liquidités disponibles
~ 3,7 Mds €

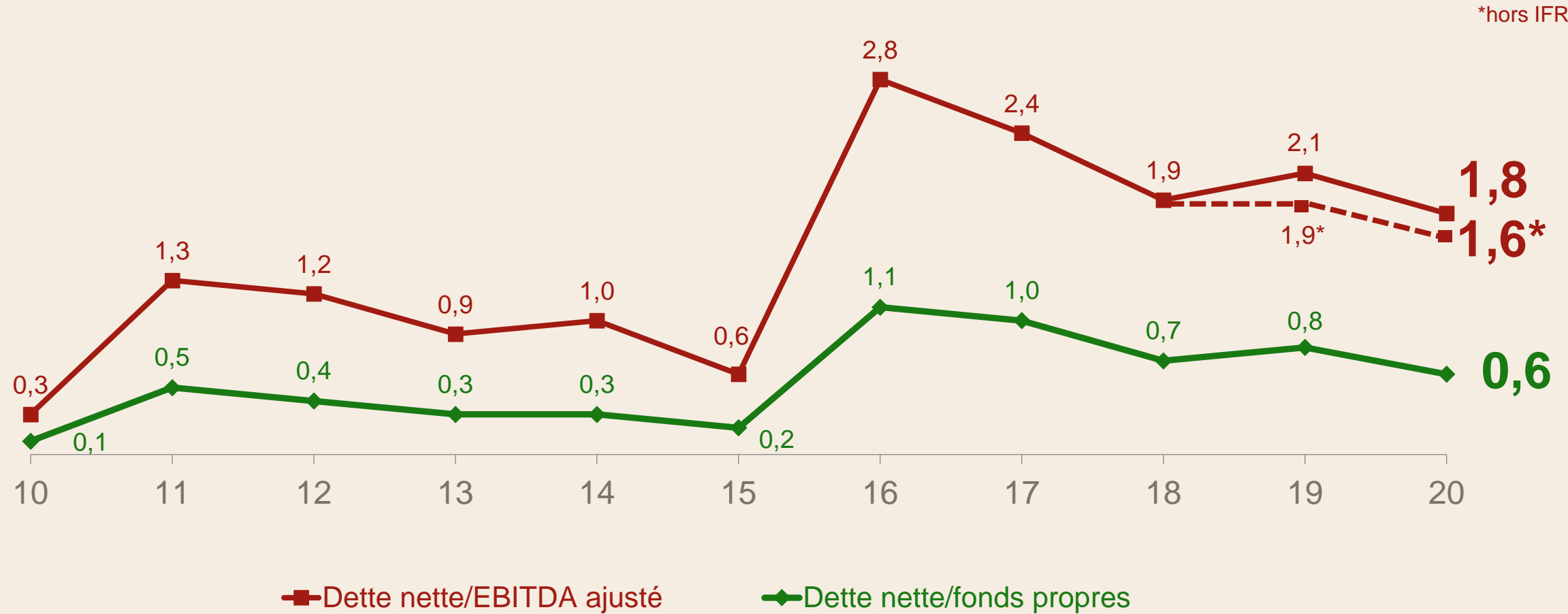


Dettes financières brutes
~ 4,0 Mds €

- **Sources de financement diversifiées** (Obligations, Schuldschein, ORNAE, NEU MTN, NEU CP...)
- **Aucun covenant financier**
- **Nouvel emprunt obligataire 500 M€, juin 2020** (échéance 2025)
- **Extension de la maturité du crédit syndiqué jusqu'en juillet 2022**

Chiffres au 31/12/2020

Ratios financiers



Ratios au 31/12



03

POURSUITE DES
PROJETS

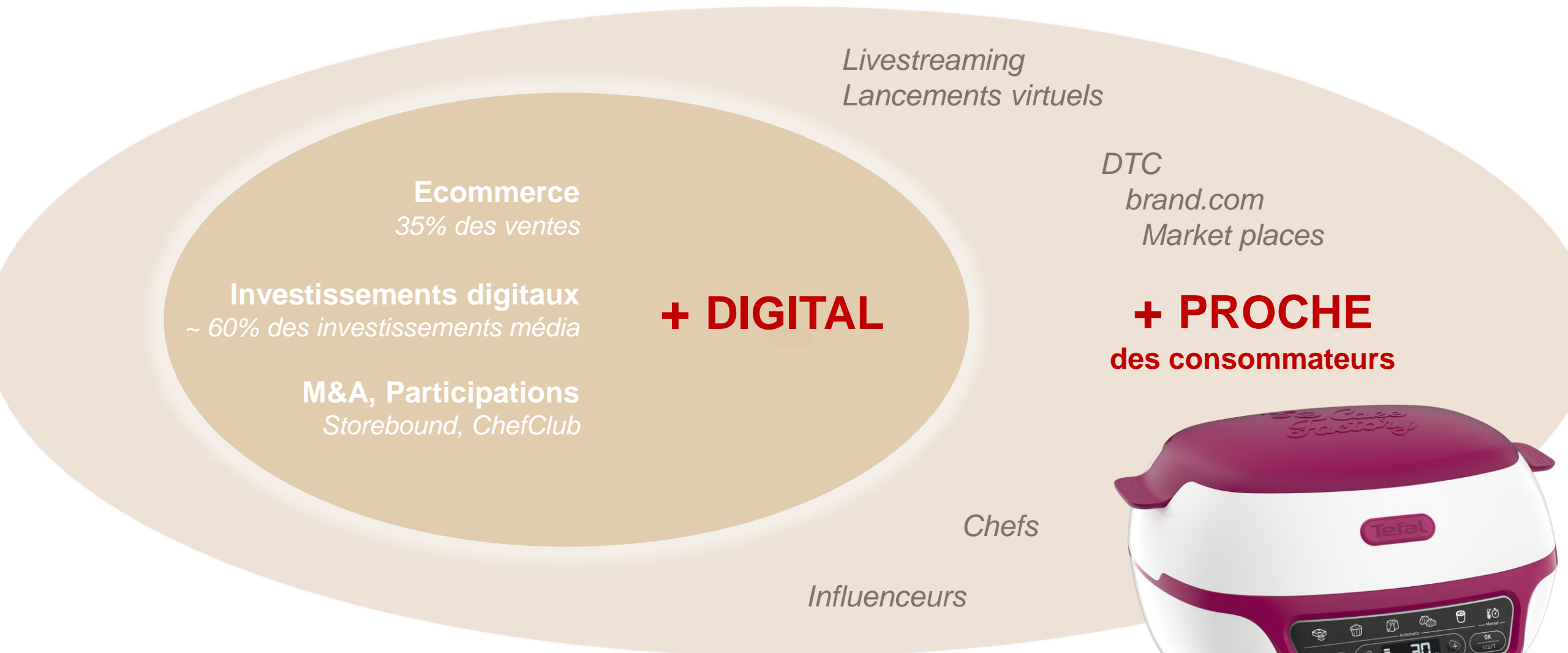
1 *Digital First*

2 Acquisitions et prises de participation

3 Démarche responsable

4 Innovation produits





Croissance marquée du e-commerce en 2020...



Ventes SEB Grand Public 2020

... alimentée par de grands événements en ligne...

Livestreaming Moulinex, France



Livestreaming Krups, France



SUPOR 苏泊尔

14.5 亿

全网销售额突破

Total Retail Sales

1.45B

2020苏泊尔
双11

Double 11, China

Total number of products sold

近 7000000 件

Good performance on Mid/High end products

中高端产品迅猛提升

Average selling price grow by +28%

客单价同比提升

28%

Lancement virtuel G6, Corée du Sud



... et une présence renforcée avec nos ambassadeurs : Chefs et influenceurs

Brésil



+ 40 pays



Atelier De Roxane,
[@latelierderoxane](#),
France



Luderchris,
[@luderchris](#),
Allemagne



Alice Trewinnard,
[@alicetrewinnard](#),
Portugal



Elif Tokdemir,
[@eliftokdemir](#),
Turquie

Tchéquie



Australie



Thiago Monteiro
[@tiagosworld18](#),
Portugal

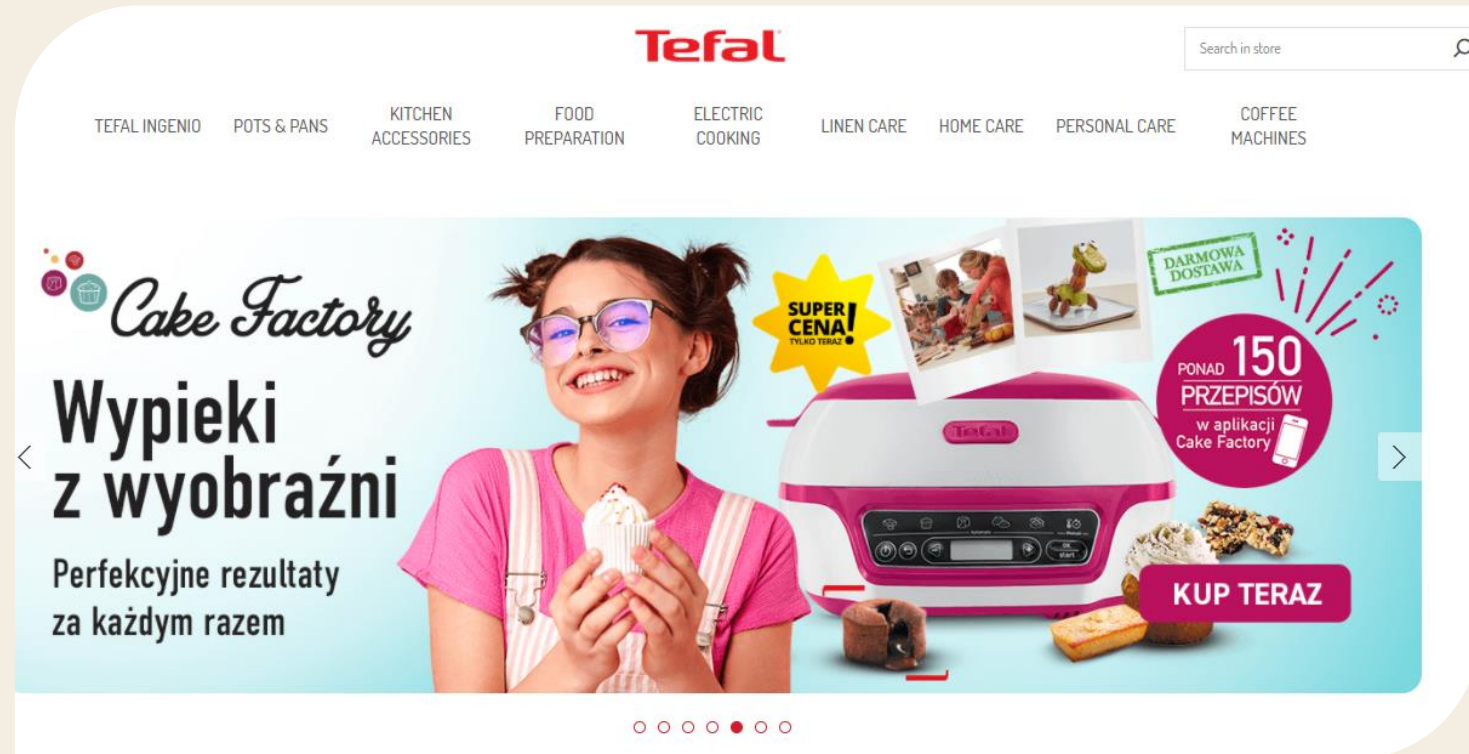


Daniel Marin
[@dfmartin](#),
UK

~ **100** points de vente DTC online à fin 2020



+ **30** sur l'année



... via le déploiement des *brand.com* et des *marketplaces*...

... tout en continuant à capitaliser sur notre réseau de magasins



- ~ **1 300** magasins dans le monde, dont 620 hors Chine
→ **50** ouvertures en 2020 (net, hors Chine)
- Enseignes Home&Cook, WMF, Zahran, Supor Lifestores...
- Environ **50 millions de visiteurs** par an, hors Supor
- ~ **6 %** des ventes Groupe



1 *Digital First*

2 **Acquisitions et prises de participation**

3 Démarche responsable

4 Innovation produits



Ouverture à de nouveaux business models (1/2)



Investissement SEB Alliance **Chefclub** ORIGINAL

- Leader dans la production et la diffusion de contenus culinaires
- Recettes en ligne avec les communautés, multiplateforme
- Large couverture géographique: Europe, US, Chine
- Lancement au S1 2021 d'une gamme de produits sous licence de marque « Chefclub by Tefal »

Chiffres-clés

Marque FoodTech avec la plus forte progression mondiale sur les réseaux sociaux en 2020

1,6 Md de vues mensuelles en décembre et janvier

700 000 livres vendus



Ouverture à de nouveaux business models (2/2)...



Participation majoritaire



Un savoir-faire inégalé dans le marketing numérique

- Expertise dans la gestion de communautés
 - ➔ Développement produit
 - ➔ Commercialisation
- Priorité à l'expérience consommateur

Chiffres-clés

> 1 million d'abonnés Instagram

Partenariats importants (marques, chefs, influenceurs...)

➔ Entre 500 000 et 20 millions de followers

Ventes 2015-2020 : de ~ 25 M à plus de 120 M USD ➔ CAGR > 35 %



... et exploration de nouveaux besoins consommateurs



Fontaines à eau micro-filtrée pour entreprises & restaurants + contenants réutilisables

Zéro kilomètre entre la source et le lieu de consommation et zéro déchet plastique.

Castalie



Vélo à Assistance électrique nouvelle génération

Partenariat industriel exclusif avec Angell Bike → Industrialisation et fabrication en France, à Is-sur-Tille

Angell

1 *Digital First*

2 Acquisitions et prises de participation

3 Démarche responsable

4 Innovation produits



Poursuite de notre démarche responsable en 2020



Lancement en France en 2020,
déploiement en Europe à partir de 2021

Forfaits proposés à un tarif très inférieur
au coût de remplacement (< 40%)

Appui sur notre réseau de réparateurs

Forfait Réparation

RépareSeb
POUR UNE ÉCONOMIE CIRCULAIRE & SOLIDAIRE

Atelier d'Insertion Professionnelle à Paris:

Réparation de produits de Petit
électroménager

Service de location d'appareils

RépareSeb

Poursuite de notre démarche responsable en 2020



Conception du *Good Design Playbook*
avec APF France Handicap

Lancement d'une gamme petit déjeuner
dédiée: *Includeo*

Design inclusif



6 sites équipés de panneaux solaires :
Campus Ecully, Is-sur-Tille et Pont-
Evêque (France), siège de la filiale aux
Pays-Bas, Montebello (USA) et Rionegro
(Colombie) depuis 2020

D'autres projets aujourd'hui à l'étude en
France, Chine, Egypte ou au Vietnam

Energies Renouvelables

1 *Digital First*

2 Acquisitions et prises de participation

3 Démarche responsable

4 **Innovation produits**



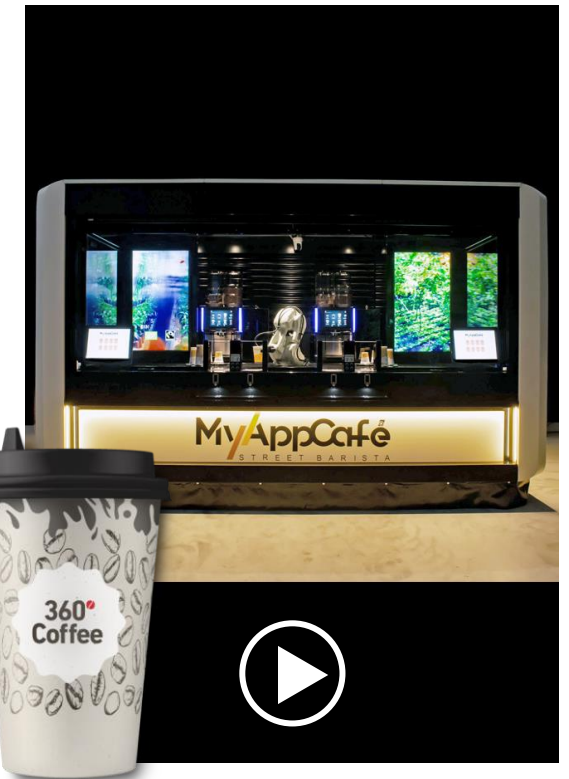
Une offre constamment adaptée aux nouveaux besoins

Innovations en Café Professionnel

Déploiement WMF Espresso pour Mc Donald's



Station Café MyAppCafé robotisée



Une offre constamment adaptée aux nouveaux besoins

Innovations en Petit équipement domestique → Cuisine fait maison

connecté



Cookeo Touch & Icompanion XL Touch



Easy Fry Arno



Nouvelle poêle en Corée du Sud



Kitchen Chef Supor & Steam Tender Fried Air Fryer



Nespresso Atelier Krups



Silent Hi-Speed Blender Supor

Une offre constamment adaptée aux nouveaux besoins

Innovations en Petit équipement domestique → Maison saine



Aspirateur Rowenta Xforce
(nouvelle génération)



CUBE

connecté



Robot X-PLORER SERIE 95

connecté



INTENSE PURE AIR Connect Rowenta



Clean & Steam, dernière génération

04

CONCLUSION &
PERSPECTIVES



2020 : forte résilience et solidité du Groupe face à la crise

- Adaptation rapide et réponses à la conjoncture
- Poursuite et accélération de projets structurels, de long terme

→ Pertinence de notre modèle axé long terme

2021 : un environnement général qui reste incertain

- Des conditions sanitaires toujours instables
 - ➔ Restrictions de circulation en vigueur dans de nombreux pays
 - ➔ Situation très difficile pour le secteur HORECA, majoritairement « fermé »
- Démarrage des campagnes de vaccination
- Un environnement devises qui pourrait rester volatil en 2021
- Des niveaux de prix élevés pour les matières premières et le fret en début d'année
- Un contexte qui devrait rester propice au e-commerce/digital

Perspectives : optimisme prudent pour 2021

- Visibilité toujours limitée
- Solide début d'année pour l'activité Grand Public
 - ➔ Demande soutenue, en ligne avec le second semestre 2020
 - ➔ Lancements de nouveautés, forte activation publicité & marketing, accélération du e-commerce
 - ➔ Base de comparaison favorable
- Hypothèse d'une normalisation progressive de l'activité Professionnelle à partir du second semestre
- Anticipation d'effets devises, matières et fret pénalisants au 1er semestre
- **Objectifs 2021**
 - ➔ Retour à la croissance organique des ventes
 - ➔ Progression du Résultat Opérationnel d'Activité



05

ANNEXES

Attribution gratuite d'actions

Décision du Conseil d'Administration du 23 février 2021 (autorisation AG Mixte du 19 mai 2020)

- Attribution d'**UNE** action nouvelle pour **DIX** actions anciennes
 - ➔ A tous les actionnaires inscrits à la date du **2 mars 2021**
- Augmentation du capital social le 3 mars 2021 par incorporation de réserves et/ou du report à nouveau
 - ➔ Création de **5 030 706 actions nouvelles** de 1 € de nominal
 - ➔ Capital porté à **55 337 770 €**
- Droit d'attribution détaché le **1er mars 2021** (ouverture Bourse Paris-Euronext)
 - ➔ Ajustement correspondant du cours de bourse
- Actions nouvellement émises avec **mêmes caractéristiques et mêmes droits** que celles dont elles sont issues
- **Jouissance au 1er janvier 2020**
 - ➔ **Droit au dividende sur l'exercice 2020 versé en 2021**

Une performance extra-financière reconnue...



Intégration à la liste A*



Leader du secteur



Statut « Prime »



FTSE4Good

Note de 4.4/5 et
membre de l'indice



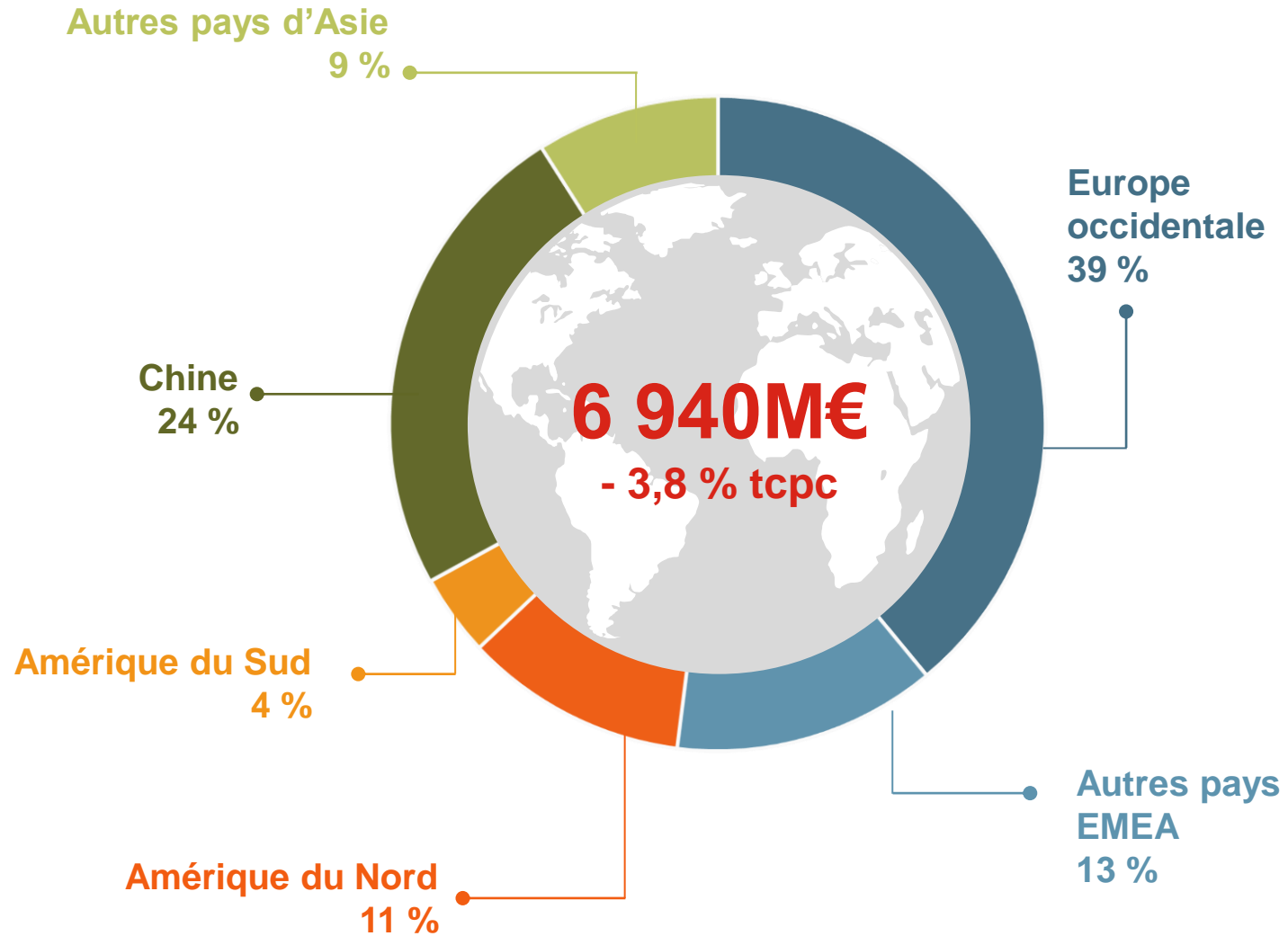
84/100

Index Gaia**

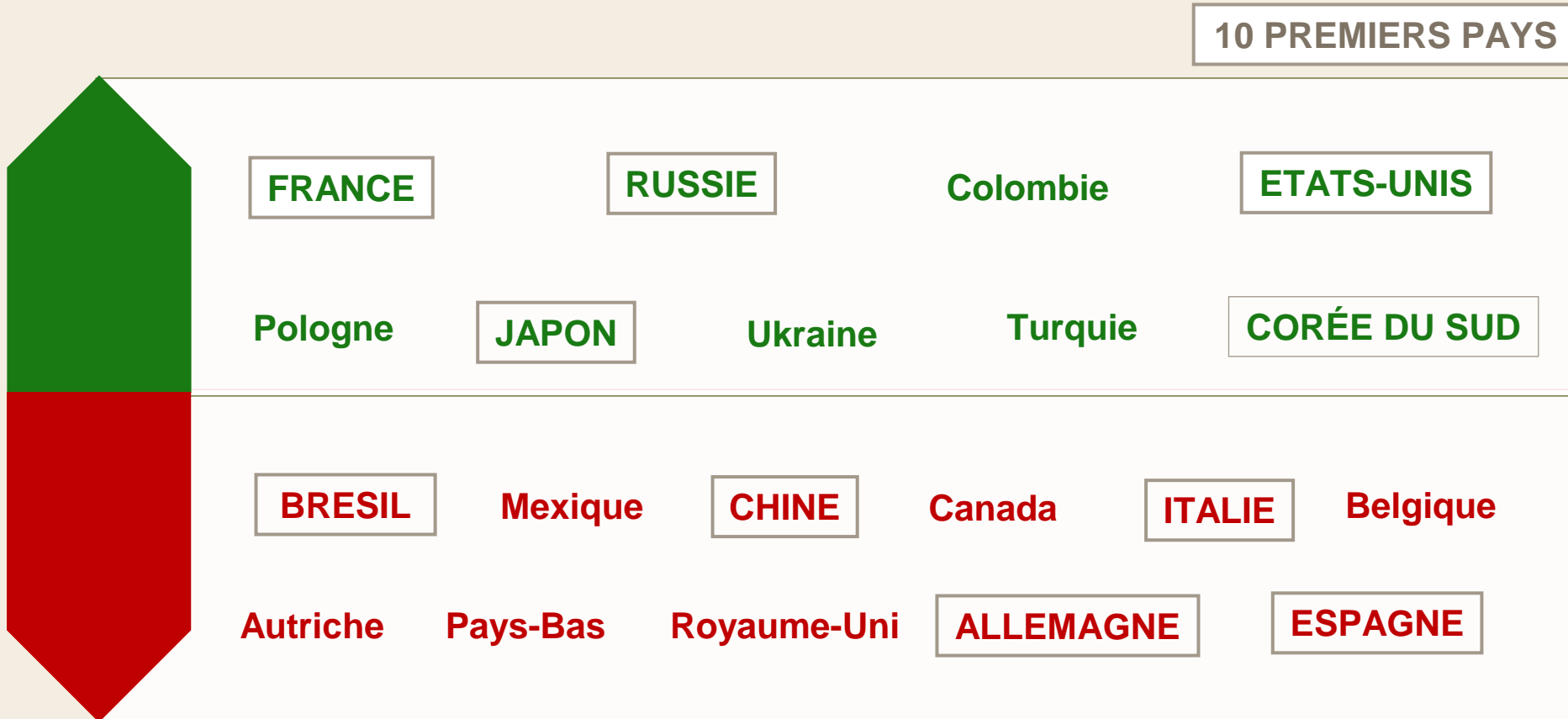
+ 11 points en 3 ans

△ 32 pts vs moyenne des
entreprises du secteur

Répartition géographique des ventes 2020



Palmarès des 20 premiers pays



Ventes Grand public à tpcp

Ventes annuelles par zone géographique

En M€

	2019	2020	Parités courantes	tpc	T4 2020 tpc
EMEA	3 339	3 307	- 1,0 %	+ 1,5 %	+ 7,0 %
Europe occidentale	2 442	2 406	- 1,5 %	- 1,5 %	+ 2,5 %
Autres pays	897	901	+ 0,4 %	+ 9,6 %	+ 19,7 %
AMERIQUES	915	876	- 4,2 %	- 0,2 %	+ 6,3 %
Amérique du Nord	589	622	+ 5,7 %	- 0,3 %	- 0,8 %
Amérique du Sud	326	254	- 22,1 %	+ 0,1 %	+ 20,4 %
ASIE	2 301	2 182	- 5,2 %	- 3,4 %	+ 4,5 %
Chine	1 762	1 626	- 7,7 %	- 6,1 %	+ 3,1 %
Autres pays	539	556	+ 3,2 %	+ 5,2 %	+ 8,3 %
TOTAL Grand Public	6 555	6 365	- 2,9 %	- 0,5 %	+ 6,2 %
Professionnel	799	575	- 28,0 %	- 30,7 %	- 28,5 %
Groupe SEB	7 354	6 940	- 5,6 %	- 3,8 %	+ 2,9 %

% calculés sur chiffres non arrondis

Ventes trimestrielles 2020

En M€

	T1	T2	S1	T3	9 mois	T4	2020
EMEA	641	631	1 272	846	2 118	1 189	3 307
Europe occidentale	445*	475*	920*	610*	1 530*	876	2 406
Autres pays	196*	156*	352*	236*	588*	313	901
AMERIQUES	149	149	298	286	584	292	876
Amérique du Nord	97	112	209	208	417	206	622
Amérique du Sud	52	37	89	78	167	86	254
ASIE	482	556	1 039	543	1 582	600	2 182
Chine	365	429	794	401	1 196	430	1 626
Autres pays	117	127	245	142	386	170	556
TOTAL Grand Public	1 272	1 336	2 608	1 675	4 284	2 081	6 365
Professionnel	182	124	306	122	428	147	575
Groupe SEB	1 454	1 460	2 914	1 797	4 712	2 228	6 940

* Y compris reclassements, non significatifs

Glossaire

A taux de change et périmètre constants (à tcpc) - 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.

Cash flow libre

Le cash flow libre correspond à l'EBITDA ajusté, après prise en compte de la variation en fonds de roulement d'exploitation, des investissements récurrents (CAPEX), des impôts et frais financiers ainsi que d'autres éléments non opérationnels.

Dettes financières nettes

L'endettement financier net comprend 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. Il comprend également la dette financière née de l'application de IFRS 16 « contrats de location » ainsi que d'éventuels placements financiers court terme sans risque de changement de valeur significatif mais dont l'échéance à la date de souscription est supérieure à 3 mois.

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.

Relations Analystes/Investisseurs

Groupe SEB
Direction de la Communication Financière
et des Relations Investisseurs

Isabelle Posth
Raphaël Hoffstetter

iposth@groupeseb.com
rhoffstetter@groupeseb.com

Tel: +33 (0) 4 72 18 16 04
comfin@groupeseb.com

www.groupeseb.com



Presse

Groupe SEB
Direction de la Communication Corporate

Cathy Pianon
Anissa Djaadi

cpianon@groupeseb.com
adjaadi@groupeseb.com

Tel: + 33 (0) 6 33 13 02 00
Tel. : + 33 (0) 6 88 20 90 88

Image Sept
Caroline Simon
Claire Doligez
Isabelle Dunoyer de Segonzac

caroline.simon@image7.fr
cdoligez@image7.fr
isegonzac@image7.fr

Tel: +33 (0) 1 53 70 74 48



Prochains événements 2021

22 avril après bourse	Ventes et informations financières T1 2021
20 mai 15:00	Assemblée générale
23 juillet avant bourse	Ventes et résultats S1 2021
26 octobre après bourse	Ventes et informations financières 9 mois 2021

