



Communiqué de presse

23 octobre 2025 – 17h40

Ventes et informations financières des 9 premiers mois 2025

VENTES STABLES ET RÉSULTATS EN RETRAIT, COMME ANNONCÉ - LANCEMENT D'UN PLAN DE RETOUR A UNE CROISSANCE RENTABLE

1

- **Ventes 9 mois** : 5 664 M€, - 1,1 % publié et + 0,0 % à tcpc¹
- **Ventes du 3^e trimestre** : 1 916 M€, - 3,5 % publié et - 1,2 % à tcpc
- **Résultat Opérationnel d'Activité (ROPA) 9 mois** : 267 M€, - 39,8 %
- **Perspectives 2025, comme annoncé le 6 octobre** :
 - Croissance organique des ventes annuelles stable à légèrement positive
 - ROPA annuel attendu entre 550 M€ et 600 M€
- **Mise en œuvre d'un plan de rebond** :
 - Renouer avec la dynamique de croissance du Groupe et ses standards de rentabilité
 - Environ 200 M€ d'économies récurrentes visées à horizon 2027

Déclaration de Stanislas de Gramont, Directeur Général du Groupe SEB

« Comme indiqué le 6 octobre, le troisième trimestre a été marqué par des tendances contrastées. La croissance en Grand Public a été moins soutenue qu'anticipé en Europe et freinée par l'attentisme persistant des clients aux États-Unis. La performance du Groupe est néanmoins restée solide en Chine, et sur plusieurs marchés européens. Par ailleurs, bien que toujours en retrait sur 9 mois, le Café Professionnel a renoué avec la croissance sur ce trimestre.

Les résultats des 9 premiers mois reflètent ces évolutions, dans un environnement particulièrement complexe, marquées par les droits de douane aux États-Unis, la volatilité des devises et le retrait du Café Professionnel sur le premier semestre.

Notre ambition est claire : renouer avec notre trajectoire de croissance durable et nos standards de rentabilité. Dans cette optique, nous lançons un plan visant à poursuivre nos investissements d'avenir, accélérer notre croissance et simplifier nos organisations, incluant environ 200 millions d'euros d'économies récurrentes à horizon 2027. Ce plan est un catalyseur de notre futur succès collectif. »

¹ A taux de change et périmètre constants (organique)

COMMENTAIRES GÉNÉRAUX SUR LES VENTES DU GROUPE

Sur les 9 premiers mois de l'année, le Groupe SEB a réalisé un chiffre d'affaires de 5 664 M€, stable à tcpc par rapport à 2024 (- 1,1 % en données publiées). L'effet devises s'élève à - 124 M€, tandis que les variations de périmètre, liées à l'intégration de Sofilac et de La Brigade de Buyer, contribuent à hauteur de + 62 M€.

Cette performance intègre une légère contraction organique des ventes au 3^e trimestre (- 1,2 %). Sur cette même période, l'effet devises est resté négatif (- 60 M€), en raison de la poursuite de l'appréciation de l'euro.

L'**activité Grand Public** affiche 4 934 M€ de chiffre d'affaires sur neuf mois, en progression de + 1,2 % à tcpc (- 1,3 % en données publiées). **Au 3^e trimestre, les ventes sont en baisse de - 0,8 % à tcpc** (- 4,0 % en données publiées).

Dans un contexte de changements significatifs en matière de règles douanières, l'attentisme des distributeurs aux Etats-Unis, déjà notable au 2^e trimestre, s'est prolongé au 3^e trimestre. Par ailleurs, les marchés du Petit Equipement Domestique se sont révélés moins dynamiques qu'attendu en Europe, notamment en France et en Allemagne.

Certaines performances demeurent néanmoins notables. **Au 3^e trimestre, la croissance organique des ventes de l'activité Grand Public s'établit à + 3,0 % hors Amérique du Nord et hors programmes de fidélisation.** Elle bénéficie des succès des lancements produits de 2025 et est également soutenue par une dynamique toujours robuste en Europe du Sud, de l'Est et du Nord, ainsi que par la solide performance en Chine.

Les ventes de l'**activité Professionnelle** sur neuf mois s'élèvent à 730 M€, en baisse organique de - 7,9 % (+ 0,5 % en données publiées, intégrant l'apport des dernières acquisitions). **Au 3^e trimestre, le chiffre d'affaires progresse de + 0,9 % en données publiées mais recule de - 4,1 % à tcpc**, pénalisé par un effet de base lié à la consolidation de Sofilac en 2024 : six mois d'activité avaient alors été comptabilisés sur le seul 3^e trimestre 2024. Hors cet impact comptable et ponctuel, **la croissance organique des ventes professionnelles ressort à + 2,4 % sur le trimestre.**

Après plusieurs trimestres de repli, l'activité Café Professionnel a renoué avec la croissance au 3^e trimestre (c. + 3 % à tcpc), bien que dans des proportions inférieures aux attentes. Cette évolution reflète un solide niveau d'activité courante en Allemagne et une croissance à deux chiffres en Chine. Le développement se poursuit également en Europe du Nord et de l'Est, en Asie du Sud-Est et au Moyen-Orient, tandis que les activités de services continuent de se renforcer, notamment en Allemagne et grâce à l'intégration de Tasty en Chine. Aux États-Unis, l'activité a été pénalisée par l'attentisme des clients dans un contexte d'incertitude douanière.

DÉTAIL DE L'ACTIVITÉ PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE

Ventes en M€	9 mois 2024	9 mois 2025	Variation 2025/2024		T3 2025 par rapport à 2024, à tpc
			Parités courantes	Tpc	
EMEA	2 447	2 478	+ 1,3 %	+ 2,4 %	+ 0,4 %
Europe occidentale	1 630	1 672	+ 2,6 %	+ 2,5 %	+ 1,0 %
Autres pays	816	807	- 1,2 %	+ 2,1 %	- 0,7 %
AMÉRIQUES	840	730	- 13,1 %	- 7,3 %	- 10,3 %
Amérique du Nord	577	502	- 13,0 %	- 8,3 %	- 14,4 %
Amérique du Sud	263	228	- 13,4 %	- 5,2 %	+ 1,5 %
ASIE	1 712	1 726	+ 0,8 %	+ 3,6 %	+ 3,0 %
Chine	1 381	1 388	+ 0,5 %	+ 3,4 %	+ 3,5 %
Autres pays	332	338	+ 1,8 %	+ 4,4 %	+ 1,0 %
TOTAL Grand Public	4 999	4 934	- 1,3 %	+ 1,2 %	- 0,8 %
Professionnel	726	730	+ 0,5 %	- 7,9 %	- 4,1 %
GROUPE SEB	5 725	5 664	- 1,1 %	+ 0,0 %	- 1,2 %

Chiffres arrondis en M€

% calculés sur chiffres non arrondis

COMMENTAIRES ACTIVITÉ GRAND PUBLIC PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE

Ventes en M€	9 mois 2024	9 mois 2025	Variation 2025/2024		T3 2025 par rapport à 2024, à tpc
			Parités courantes	Tpc	
EMEA	2 447	2 478	+ 1,3 %	+ 2,4 %	+ 0,4 %
Europe occidentale	1 630	1 672	+ 2,6 %	+ 2,5 %	+ 1,0 %
Autres pays	816	807	- 1,2 %	+ 2,1 %	- 0,7 %

EUROPE OCCIDENTALE

Sur les neuf premiers mois de l'année, les ventes en Europe occidentale progressent de + 2,5 % à tpc (+ 2,6 % en données publiées) et de + 4,0 % hors programmes de fidélisation.

Au 3^e trimestre, la croissance organique ressort à + 1,0 % (+ 0,9 % en données publiées) et à + 4,3 % hors programmes de fidélisation, traduisant néanmoins une performance moins soutenue qu'anticipé.

En France, les ventes hors programmes de fidélisation sont en hausse de + 3,8 % sur le trimestre, portées par le succès du lancement des aspirateurs-laveurs, ainsi que par la bonne dynamique des articles culinaires et du soin du linge.

La zone DACH (Allemagne, Suisse, Autriche) affiche des ventes stables à tpc au 3^e trimestre. En Allemagne plus spécifiquement, l'activité courante recule très légèrement sur la période, pénalisée par la cuisson électrique, malgré la bonne dynamique en articles et ustensiles culinaires (multi-revêtements, Ingenio, coutellerie).

Les pays d'Europe du Sud et d'Europe du Nord affichent pour leur part une croissance toujours soutenue (notamment en Italie, en Espagne, au Portugal et aux Pays-Bas), bénéficiant du déploiement des innovations en articles culinaires et en entretien des sols.

AUTRES PAYS EMEA

Sur les neuf premiers mois de l'année, les ventes de la zone progressent de + 2,1 % à tpc (- 1,2 % en données publiées, après prise en compte de l'effet devises).

Au 3^e trimestre, l'activité ressort en baisse de - 0,7 % à tpc et de - 3,8 % en données publiées. Cette évolution masque toutefois de fortes disparités régionales.

L'Europe de l'Est, qui affiche une très bonne dynamique portée notamment par la Pologne, la Tchéquie ou la Hongrie, enregistre une croissance à deux chiffres grâce au succès des innovations en soin du linge, cuisson électrique et entretien des sols.

À l'inverse, la zone demeure pénalisée par le contexte géopolitique défavorable en Afrique et au Moyen-Orient, qui pèse sur la consommation, ainsi que par la volatilité persistante des devises émergentes, en particulier en Turquie.

Ventes en M€	9 mois 2024	9 mois 2025	Variation 2025/2024		T3 2025 par rapport à 2024, à tcpc
			Parités courantes	Tcpc	
AMÉRIQUES	840	730	- 13,1 %	- 7,3 %	- 10,3 %
Amérique du Nord	577	502	- 13,0 %	- 8,3 %	- 14,4 %
Amérique du Sud	263	228	- 13,4 %	- 5,2 %	+ 1,5 %

AMÉRIQUE DU NORD

Sur les 9 premiers mois de l'année, les ventes en Amérique du Nord reculent de - 8,3 % à tcpc et de - 13,0 % en données publiées, dans un contexte de marché incertain et volatil.

Au 3^e trimestre, le Groupe enregistre un recul organique plus marqué qu'anticipé, avec des ventes en baisse de - 14,4 %. Cette évolution s'explique principalement par l'attentisme persistant des distributeurs américains, dans un environnement instable marqué par les incertitudes entourant les droits de douane et l'évolution de la consommation. Par ailleurs, la perturbation profonde des circuits d'importation se traduit par un décalage des livraisons et un report mécanique des ventes.

Le *sell-out* demeure toutefois bien orienté, soutenu par la bonne performance des articles culinaires et du soin du linge, confirmant les positions de leadership du Groupe sur ces catégories aux États-Unis.

Au Mexique, l'activité est en hausse au 3^e trimestre, avec une progression portée par les bonnes performances du soin du linge et des machines à café, malgré la réduction des stocks des distributeurs et un climat moins favorable ayant pénalisé les ventes de ventilateurs.

AMÉRIQUE DU SUD

Sur les 9 premiers mois de l'année, les ventes du Groupe en Amérique du Sud sont en baisse de - 5,2 % à tcpc et de - 13,4 % en données publiées.

Le 3^e trimestre marque un retour à la croissance organique dans la zone, à + 1,5 %, qui reste cependant moindre qu'attendu. En données publiées, les ventes sont en baisse de - 4,4 %.

Les ventes du Groupe en Colombie affichent une croissance à deux chiffres au 3^e trimestre. Parmi les catégories tirant la croissance figurent les articles culinaires, la cuisson électrique ou la préparation culinaire. Le Groupe est également moteur dans le développement rapide de segments plus récents comme les machines à café *full auto* ou les aspirateurs versatiles.

Au Brésil, les ventes du 3^e trimestre restent pénalisées par un climat défavorable impactant les ventes de ventilateurs. La croissance des ventes est plus dynamique pour des catégories comme les *blenders*, le café portionné ou le soin du linge.

Ventes en M€	9 mois 2024	9 mois 2025	Variation 2025/2024		T3 2025 par rapport à 2024, à tpc
			Parités courantes	Tpc	
ASIE	1 712	1 726	+ 0,8 %	+ 3,6 %	+ 3,0 %
Chine	1 381	1 388	+ 0,5 %	+ 3,4 %	+ 3,5 %
Autres pays	332	338	+ 1,8 %	+ 4,4 %	+ 1,0 %

CHINE

Sur les neuf premiers mois de l'année, les ventes en Chine progressent de + 3,4 % à tpc et de + 0,5 % en données publiées. Le 3^e trimestre s'inscrit dans la continuité des précédents, avec une hausse de + 3,5 % à tpc (après + 3,5 % au T1 et + 3,2 % au T2).

Au cours du trimestre, Supor a consolidé son leadership dans ses catégories-clés - articles culinaires et électrique culinaire - grâce au succès de ses innovations en cuisson électrique (cuisseurs à riz, friteuses sans huile, etc.) et dans les articles culinaires, notamment les woks.

Par ailleurs, Supor a continué à intensifier ses investissements digitaux, en particulier sur les plateformes de *social commerce* en forte croissance, afin de renforcer sa présence sur les canaux les plus dynamiques et de valoriser un portefeuille riche en innovations.

AUTRES PAYS D'ASIE

Dans les autres pays d'Asie, les ventes du Groupe sur 9 mois sont en progression de + 4,4 % à tpc et de + 1,8 % en données publiées.

Au 3^e trimestre, les ventes sont en hausse de + 1,0 % à tpc et en retrait de - 4,8 % en données publiées, reflétant des situations hétérogènes dans la région.

Les pays d'Asie du Sud-Est enregistrent une accélération des ventes avec une croissance à 2 chiffres sur la période, notamment en Thaïlande, à Taiwan et au Vietnam. Cette dynamique positive a été soutenue par une extension du réseau de distribution et un développement dans de nouvelles catégories.

Au Japon et en Corée du Sud, les conditions de marché moins favorables ont pesé sur les ventes du Groupe, qui affichent un recul par rapport à l'année dernière.

Enfin, le Groupe poursuit l'élargissement de son portefeuille produits en Australie, dans un environnement qui reste néanmoins compétitif.

COMMENTAIRES ACTIVITÉ PROFESSIONNELLE

Ventes en M€	9 mois 2024	9 mois 2025	Variation 2025/2024		T3 2025 par rapport à 2024, à tpc
			Parités courantes	Tpc	
Professionnel	726	730	+ 0,5 %	- 7,9 %	- 4,1 %

L'activité Professionnelle affiche des ventes en baisse de - 7,9 % à tpc sur les 9 premiers mois de l'année mais en hausse de + 0,5 % en données publiées, intégrant l'apport des dernières acquisitions.

Au 3^e trimestre, les ventes sont en recul de - 4,1 % à tpc reflétant un effet de base ponctuel lié à la consolidation de Sofilac en 2024 (six mois d'activité avaient été comptabilisés sur le seul 3^e trimestre 2024). Hors cet effet comptable et ponctuel, les ventes sont en progression de + 2,4 % à tpc.

Après plusieurs trimestres de repli, les ventes en Café Professionnel retrouvent la croissance ce trimestre, bien que dans des proportions inférieures aux attentes (environ + 3 % à tpc).

L'activité bénéficie d'un solide niveau d'activité courante en Allemagne, alimentée par le renforcement des services, ainsi qu'en Chine qui affiche une croissance à 2 chiffres portée par des livraisons complémentaires auprès de clients majeurs et par l'intégration de la société de services Tasty récemment acquise. Au cours du trimestre, le Groupe a également poursuivi son développement en Europe du Nord et de l'Est, en Asie du Sud-Est ainsi qu'au Moyen-Orient.

Néanmoins, cette bonne dynamique générale a été affectée par un repli de l'activité aux Etats-Unis reflétant l'attentisme des clients essentiellement lié aux incertitudes entourant l'évolution des droits de douane.

RÉSULTAT OPÉRATIONNEL D'ACTIVITÉ (ROPA)

Le **Résultat Opérationnel d'Activité (ROPA)** des 9 premiers mois de l'année atteint 267 M€, en baisse de - 39,8 % par rapport à 2024 (444 M€). Ceci inclut un effet devises négatif de 76 M€ et un effet périmètre positif de 6 M€. La marge opérationnelle est en repli à 4,7 % contre 7,8 % en 2024.

Sur le 3^e trimestre, le ROPA s'élève à 148 M€, en baisse de - 26,2 % par rapport à 2024. La marge opérationnelle est également en repli à 7,7 %, contre 10,1 % au 3^e trimestre 2024.

Cette baisse du ROPA au 3^e trimestre reflète :

- des ventes légèrement inférieures à 2024, et l'impact négatif sur le levier opérationnel,
- une poursuite du repli des résultats en Amérique du Nord (- 20 M€ vs. 2024), proche de celui du 1^{er} semestre,
- une appréciation continue de l'euro en 2025, limitant la compensation des effets devises dans les pays émergents (impact négatif de - 15 M€ au 3^e trimestre après - 25 M€ au S1 vs. 2024).

Par ailleurs, sur ce trimestre, la contribution du Café Professionnel est en ligne avec 2024, après la diminution observée au 1^{er} semestre (- 40 M€ vs. 2024). Les investissements en moyens moteurs sont stables au 3^e trimestre, après une hausse de 60 M€ au 1^{er} semestre par rapport à 2024.

PERSPECTIVES 2025

Le Groupe a révisé ses perspectives financières le 6 octobre 2025, adoptant ainsi une approche plus prudente pour la fin d'année. Sur l'ensemble de l'exercice 2025, le Groupe anticipe une croissance organique des ventes stable à légèrement positive, pour un Résultat Opérationnel d'Activité qui devrait s'établir entre 550 et 600 M€.

Dans cette optique, le Groupe entend accélérer au 4^e trimestre sa croissance sur les segments les plus dynamiques, tout en intensifiant le rythme des lancements produits. Les investissements marketing et publicitaires resteront soutenus, mais sélectifs, au service d'une stratégie d'activation multi-canal sur une période marquée par de nombreuses opérations commerciales (Black Friday, fêtes de fin d'année ou Jour des Célibataires en Chine).

Sur le segment Professionnel, l'offre de services continuera de se renforcer, consolidant la relation de partenariat et la proximité du Groupe avec ses clients. De plus, la bonne dynamique de ventes de machines à café *full auto* en Europe et en Asie devrait se poursuivre.

Enfin, les programmes de réduction des coûts sur les dépenses « non essentielles » seront amplifiés, afin d'assurer un strict pilotage de la base de coûts.

LANCEMENT D'UN PLAN DE RETOUR A UNE CROISSANCE RENTABLE

À la suite d'une revue approfondie de ses performances et de son environnement économique, le Groupe lance un plan global visant à renouer avec sa dynamique de croissance et ses standards de rentabilité.

Ce plan a pour objectif d'adapter le Groupe aux évolutions rapides de ses marchés - digitalisation, nouvelles attentes des consommateurs, exigences environnementales - pour accélérer sa trajectoire de croissance durable.

Les initiatives engagées permettront au Groupe :

- d'accélérer sa croissance en augmentant significativement sa capacité d'investissement dans l'innovation, l'IA et le digital,
- de simplifier ses organisations afin d'accroître son agilité, et
- de renforcer l'engagement de ses consommateurs autour de l'expérience et de la durabilité.

Il inclut environ 200 millions d'euros d'économies récurrentes à horizon 2027, à travers :

- la réduction des achats,
- l'optimisation des structures opérationnelles et corporate,
- l'amélioration de l'efficacité industrielle, et
- la simplification des processus.

Des mesures d'économies ont déjà été engagées à court terme.

Le Groupe conduit les travaux d'évaluation de ce plan et communiquera à ce sujet début 2026.

ANNEXE

DÉTAIL DE L'ACTIVITÉ PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE – 3^e TRIMESTRE

Ventes en M€	3 ^e trimestre 2024	3 ^e trimestre 2025	Variation 2025/2024	
			Parités courantes	tcpu
EMEA	892	886	- 0,6 %	+ 0,4 %
Europe occidentale	600	606	+ 0,9 %	+ 1,0 %
Autres pays	291	280	- 3,8 %	- 0,7 %
AMERIQUES	324	275	- 15,0 %	- 10,3 %
Amérique du Nord	241	196	-18,7 %	- 14,4 %
Amérique du Sud	83	80	- 4,4 %	+ 1,5 %
ASIE	538	521	- 3,1 %	+ 3,0 %
Chine	424	412	- 2,7 %	+ 3,5 %
Autres pays	114	109	- 4,8 %	+ 1,0 %
TOTAL Grand Public	1 754	1 683	- 4,0 %	- 0,8 %
Professionnel	231	233	+ 0,9 %	- 4,1 %
GROUPE SEB	1 985	1 916	- 3,5 %	- 1,2 %

Chiffres arrondis en M€

% calculés sur chiffres non arrondis

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, trimestre)
- 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.

Sell-in (ventes)

Ventes réalisées auprès de nos clients (distributeurs).

Sell-out (reventes)

Ventes effectuées par les distributeurs aux consommateurs.

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.

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 d'Enregistrement Universel déposé chaque année à l'AMF.

Conférence téléphonique avec le management le 23 octobre à 18h00 CET

Participez à la conférence téléphonique, en vous inscrivant à l'avance grâce au lien d'inscription ci-dessous :

[Inscrivez-vous ici](#)

Une fois inscrit, vous recevrez un e-mail de confirmation contenant vos identifiants personnels et votre code PIN.

Accédez au webcast en direct en [cliquant ici](#) (en anglais)

Replay disponible sur notre site internet le 23 octobre : www.groupeseb.com

Prochain évènement - 2025

23 octobre | après bourse

Ventes et informations financières 9 mois 2025

Prochains évènements - 2026

25 février | avant bourse

Ventes et Résultats 2025

23 avril | après bourse

Ventes et informations financières 1er trimestre 2026

12 mai | 14h30

Assemblée Générale

22 juillet | après bourse

Ventes et Résultats 1er semestre 2026

22 octobre | après bourse

Ventes et informations financières 9 mois 2026

Investisseurs / Analystes

Groupe SEB
Direction Communication Financière et IR

Raphaël Hoffstetter
Guillaume Baron

comfin@groupeseb.com

Presse

Groupe SEB
Direction de la Communication Corporate

Cathy Pianon
Florence Candianides
Marie Leroy

presse@groupeseb.com

Tél. + 33 (0) 6 79 53 21 03
Tél. + 33 (0) 6 88 20 98 60
Tél. + 33 (0) 6 76 98 87 53

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 et du café professionnel, le Groupe SEB déploie son activité en s'appuyant sur un portefeuille de 45 marques emblématiques (Tefal, Seb, Rowenta, Moulinex, Krups, Lagostina, All-Clad, WMF, Emsa, Supor...), commercialisées à travers une distribution multi format. Vendant plus de 400 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 8,3 milliards d'euros en 2024 et emploie plus de 32 000 collaborateurs.