



Ventes et informations financières 9 mois 2025

Ecully | 23 octobre 2025



Accédez au webcast (en anglais uniquement) en cliquant sur ce [lien](#) ou sur notre site internet www.groupeseb.com

AVERTISSEMENT

Cette présentation peut contenir des déclarations de nature prévisionnelle concernant l'activité, les résultats et la situation financière du Groupe SEB. Ces anticipations reposent sur des hypothèses qui semblent raisonnables à ce stade, mais qui dépendent de facteurs exogènes tels que l'évolution des cours des matières premières, des parités monétaires, de la conjoncture économique, de la demande sur les grands marchés du Groupe et de l'impact 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 sur les résultats économiques et financiers du Groupe SEB sont présentés dans le Document d'Enregistrement Universel et Rapport Financier Annuel déposés à l'AMF.

Ce document peut contenir des données chiffrées arrondies individuellement. Les calculs arithmétiques basés sur des données chiffrées arrondies, en euros ou en pourcentage, pourraient présenter des différences avec les sous-totaux.

01 Chiffres clés 9M-25
et retour sur les perspectives 2025

02 Ventes

03 ROPA

04 Perspectives

05 Annexes

01

Chiffres clés 9M-25 et retour sur les perspectives



Chiffres clés à fin septembre 2025

Ventes 9 mois

5 664 M€

+ 0,0 % à tcpc vs 2025

Ventes T3

1 916 M€

- 1,2 % à tcpc vs 2025

ROPA 9 mois

267 M€

- 177 M€ vs 2024

ROPA T3

148 M€

- 52 M€ vs 2024

Retour sur la révision des perspectives 2025

Ventes

23 juillet

Persistance au S2 des perturbations en **Amérique du Nord**

Amélioration globale de la performance en organique au S2 soutenue par :

- > Bonne dynamique attendue en **EMEA**
- > Poursuite de la croissance en **Chine** et dans le reste de l'**Asie**
- > Retour à la croissance en **Amérique du Sud**
- > Confirmation du retour à la croissance en **Professionnel**

Croissance organique des ventes annuelles
entre 2 % et 4 %

6 octobre

Attentisme toujours marqué des clients en **Amérique du Nord**

Activité du T3 inférieure aux attentes, en particulier en septembre, amorce de la haute saison

- > **Marchés européens** moins dynamiques qu'anticipé
- > Croissance positive en **Chine** et en **Asie**
- > Reprise moindre qu'attendue en **Amérique du Sud**
- > Retour confirmé à la croissance en **Café Professionnel**, atténué par les US

Environnement toujours incertain et volatil : **approche plus prudente pour la fin d'année**

Croissance organique des ventes annuelles
stable à légèrement positive

Retour sur la révision des perspectives 2025

ROPA

23 juillet

Prise en compte de résultats S1 en baisse vs. 2024

Des incertitudes persistantes liées à l'évolution des droits de douane

Retour à la croissance des résultats attendu au S2 soutenu par :

- > Amélioration de la croissance en **Grand Public**
- > Effet relatif sur les marges du retour à la croissance en **Professionnel**
- > **Compensation** supérieure des effets **devises**
- > **Discipline** rigoureuse en matière de **coûts opérationnels**

ROPA annuel
entre 700 M€ et 750 M€



6 octobre

Croissance des ventes plus faible qu'anticipé pour le S2

- > Poursuite de l'attentisme des clients en **Amérique du Nord**
- > Marchés moins dynamiques qu'attendu en **Europe**
- > Moindre relation des résultats liée au **Professionnel**

Compensation des effets devises inférieure aux attentes du fait de l'appréciation de l'euro

Maintien d'une discipline rigoureuse en matière de **coûts opérationnels**

ROPA annuel
entre 550 M€ et 600 M€

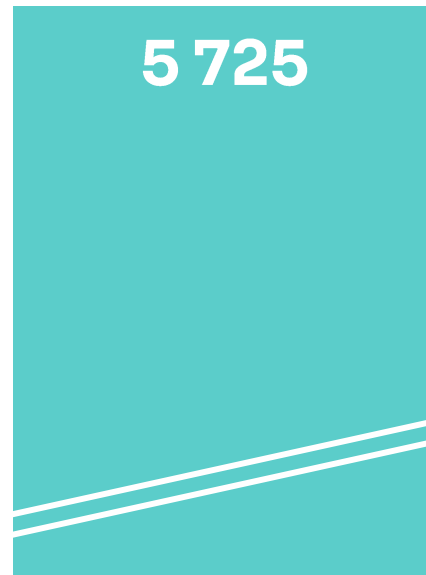
02

Ventes



Des ventes stables en organique sur 9 mois...

Ventes en M€



9M 2024

+ 1

- 124

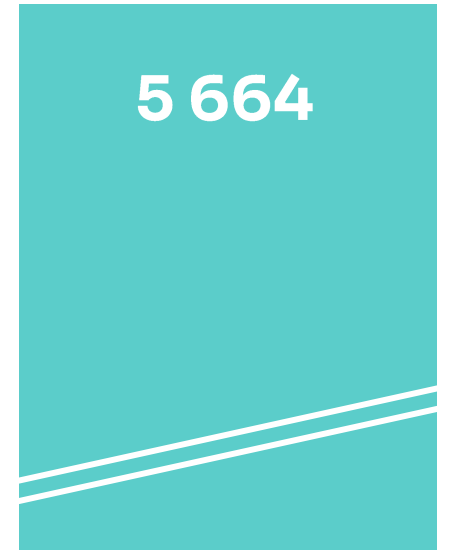
+ 62

Croissance
organique
+ 0,0 %

Effet devises
- 2,2 %

Périmètre
+ 1,1 %

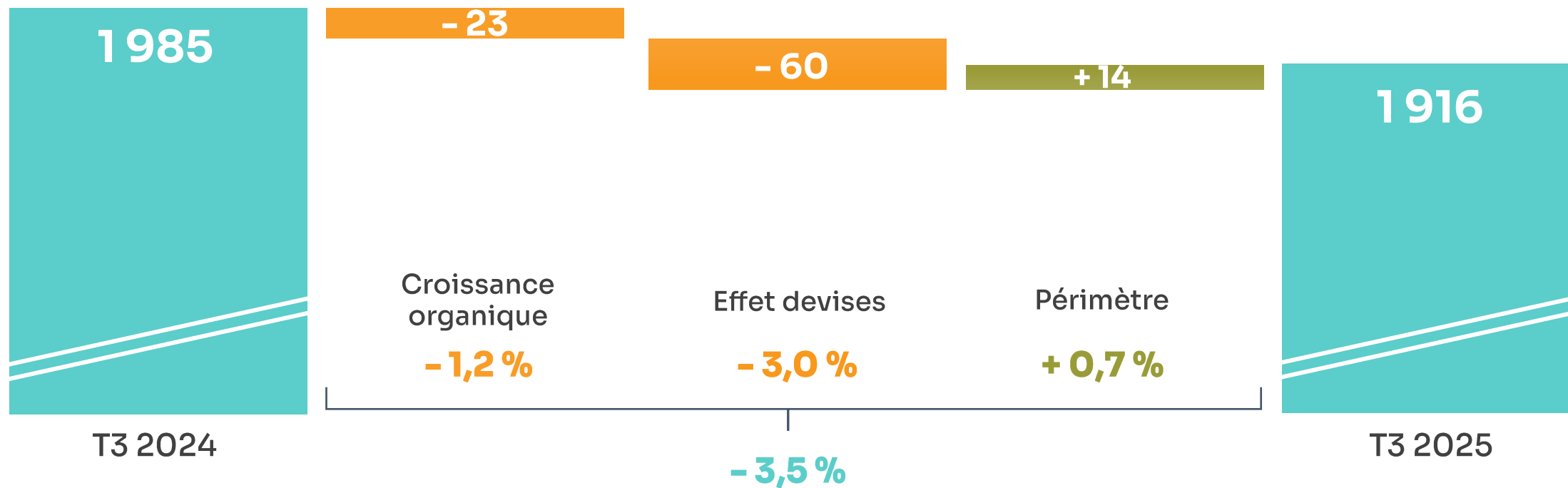
- 1,1 %



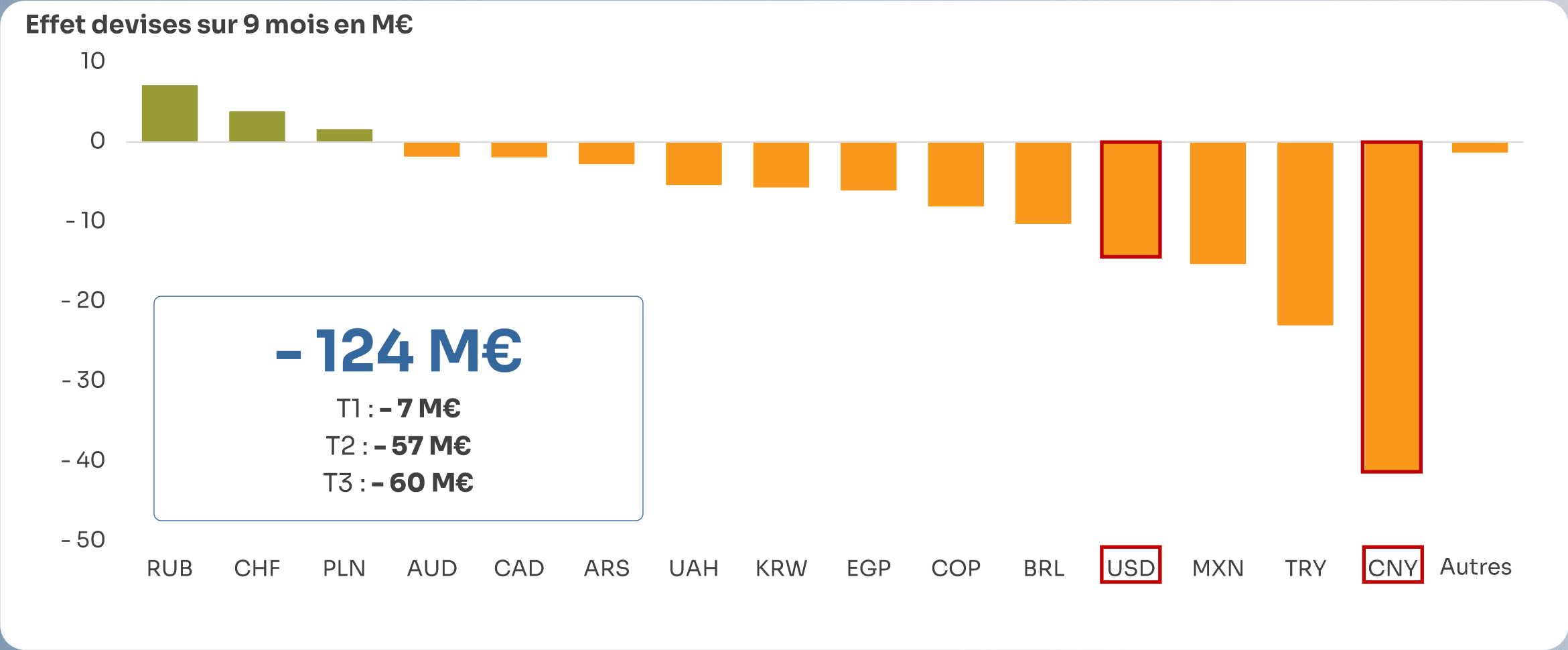
9M 2025

...intégrant une légère décroissance organique au T3...

Ventes en M€



... et une poursuite de l'appréciation de l'euro



Chiffre d'affaires par activité

VENTES 9 MOIS **5 664 M€**

- 1,1 % publié

+ 0,0 % tpc

Professionnel

730 M€

+ 0,5 %

- 7,9 % à tpc

233 M€

+ 0,9 %

- 4,1 % à tpc

9 mois

T3

Grand Public

4 934 M€

- 1,3 %

+ 1,2 % à tpc

1 683 M€

- 4,0 %

- 0,8 % à tpc

Professionnel



Effet négatif ponctuel lié à la **consolidation de Sofilac** en 2024

- > 6 mois d'activité consolidé sur T3 2024 > **base de comparaison défavorable**
- > **Ventes + 2,4 %** à tcpc hors cet effet comptable

Café Professionnel : retour à la croissance, moindre qu'attendu (c. + 3 % à tcpc)

- > Dynamisme de l'activité courante en **Allemagne**
- > Croissance à 2 chiffres en **Chine**
- > Poursuite du développement en **Europe du Nord et de l'Est, Asie du Sud-Est** et au **Moyen-Orient**
- > Renforcement des **services** : Allemagne, intégration de Tasty en Chine
- > Repli aux **Etats-Unis** reflétant l'attentisme des clients

Best-sellers du marché Café Professionnel

A tall, black and silver Schaerer Soul coffee machine with a large touchscreen display showing a menu of beverages. It is situated in a modern kitchen or cafe setting with a large window in the background.

Schaerer Soul

A black and silver WMF 1100S coffee machine with a digital display and two dispensing levers. It is shown against a plain, light-colored background.

WMF 1100S

> 100 k machines par modèle
depuis leurs lancements

c. 1 Md € de ventes cumulées

Grand Public

9 mois 2025

4 934 M€

- 1,3 %

+ 1,2 % à tpc

T3 2025

1 683 M€

- 4,0 %

- 0,8 % à tpc

+ 0,5 % à tpc hors « LP »

Une activité **Grand Public** globalement **moins soutenue** au T3 qu'anticipé...

- > **Marchés moins dynamiques** au global, notamment France et Allemagne
- > **Attentisme des distributeurs** toujours très pénalisant pour les ventes aux **Etats-Unis**

... mais certaines **performances notables** :

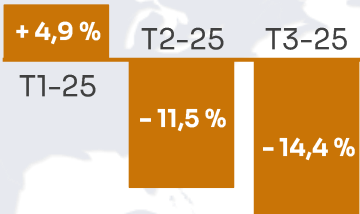
- > **Croissance organique de 3 % au T3**, hors "LP" et Amérique du Nord
- > **Succès** des lancements récents
- > **Bonne dynamique** persistante des ventes en Europe du Sud, de l'Est et du Nord
- > **Solidité** de la croissance en **Chine**

Poursuite de la croissance en EMEA et en Asie

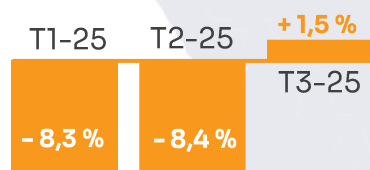
AMERIQUES

9M-25 : - 7,3%

Amérique du Nord



Amérique du Sud

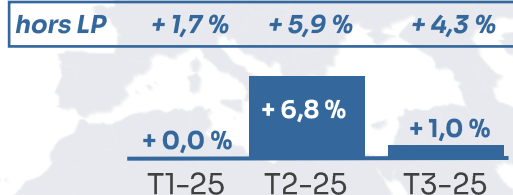


EMEA

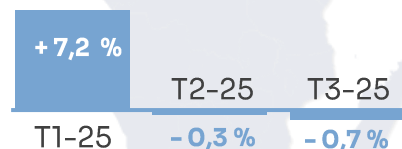
9M-25 : + 2,4 %

Hors LP : + 3,5 %

Europe occidentale



Autres pays EMEA



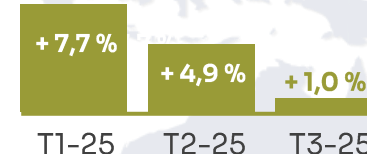
ASIE

9M-25 : + 3,6 %

Chine



Autres pays d'Asie



Croissance organique des ventes Grand Public

Grand Public – Amériques

9 mois 2025

730 M€

- 13,1 %

- 7,3 % à tpc

En M€	T3 2024	T3 2025	% à tpc
Amérique du Nord	241	196	- 14,4 %
Amérique du Sud	83	80	+ 1,5 %
TOTAL	324	275	- 10,3 %

Amérique du Nord : attentisme toujours prononcé des distributeurs US

- > Prudence des distributeurs dans la constitution de stocks et pour le réassort
- > Schémas d'importation significativement perturbés, effet de décalage sur les ventes
- > Résilience du *sell-out* en articles culinaires et soin du linge, leadership consolidé
- > Croissance au Mexique malgré les réductions de stocks distributeurs

Amérique du Sud : retour à la croissance au T3

- > Très belles performances en Colombie : fortes hausses dans de nombreuses catégories
- > Ventes en retrait au Brésil : climat défavorable impactant les ventes de ventilateurs, évolution positive dans les autres catégories

Droits de douane américains – évolution et plans d'action

Changements significatifs en matière de règles douanières

- > Situation vis-à-vis des droits de douane encore volatile
- > « Section 232 » : taxes acier / aluminium à 50 % (*sur le contenu matière première*)
- > « Reciprocal tariffs » à date : Chine 30 % / Vietnam 20 % / Suisse 39 %

Concrétisation des actions pour compenser l'essentiel des hausses de droits de douane

- > Diversification / négociations **fournisseurs**
- > Augmentation de la **capacité** de notre production locale
- > **Relocalisation de la production** d'articles culinaires de la Chine vers le Vietnam
- > Ajustement des **prix de vente**
- > Plans d'atténuation en cours de mise en œuvre en **Professionnel**

Compensations effectives dans un contexte d'attentisme des distributeurs US

Grand Public – Asie

9 mois 2025

1 726 M€

+ 0,8 %

+ 3,6 % à tpc

En M€	T3 2024	T3 2025	% à tpc
Chine	424	412	+ 3,5 %
Autres pays d'Asie	114	109	+ 1,0 %
TOTAL	538	521	+ 3,0 %

Chine : poursuite au T3 des tendances positives

- > Croissance modérée mais solide depuis le début de l'année
- > Portée par un niveau soutenu d'investissements marketing digitaux
- > Consolidation du leadership global de Supor dans ses catégories-clés, articles culinaires et électrique culinaire
- > Croissance portée par plusieurs catégories, notamment la cuisson électrique (cuisers à riz, friteuses sans huile) et les articles culinaires

Autres pays d'Asie : des situations hétérogènes

- > Bonne croissance en Asie du Sud-Est, extension du réseau de distribution et développement dans de nouvelles catégories
- > Conditions de marché plus défavorables au Japon et en Corée du Sud
- > Poursuite de l'extension produits en Australie, dans un environnement compétitif

Grand Public – EMEA

9 mois 2025

2 478 M€

+ 1,3 %

+ 2,4 % à tcpc

En M€	T3 2024	T3 2025	% à tcpc
Europe occidentale	600	606	+ 1,0 %*
Autres pays EMEA	291	280	- 0,7 %
TOTAL	892	886	+ 0,4 %

* + 4,3 % hors LP

Europe occidentale : activité moins soutenue qu'anticipé

- > Croissance organique de l'activité courante de 4,3 % sur le T3 (hors LP)
- > Progression à 2 chiffres au T3 pour les articles culinaires, l'entretien des sols et le soin du linge prolongeant la tendance du S1
- > Performances affectées en France et en Allemagne par certaines catégories historiques en cuisson électrique
- > Dynamique toujours très positive en Europe du Sud et du Nord soutenue par l'innovation

Autres pays EMEA : tendances toujours positives en Europe de l'Est

- > Croissance organique à 2 chiffres en Europe de l'Est, notamment portée par la Pologne
- > Concentration des difficultés en Afrique et au Moyen-Orient liées au contexte géopolitique

EMEA – Aspirateurs versatiles

**N°2 en
Europe***

**X-Force Flex
+ de 1M unités
vendues depuis
2024**



EMEA – Aspirateurs laveurs

X -CLEAN

Déploiement
dans **70** pays
depuis 2024

X-Clean 10
Best-seller
en Europe*



EMEA – Cookeo Infinity

Lancement en France
au T3-25



AIR FRYER + MULTICUISEUR
Votre appareil de cuisson tout en un

EMEA – Articles culinaires

Lancement Fusion Core
au **S2-25** en Europe



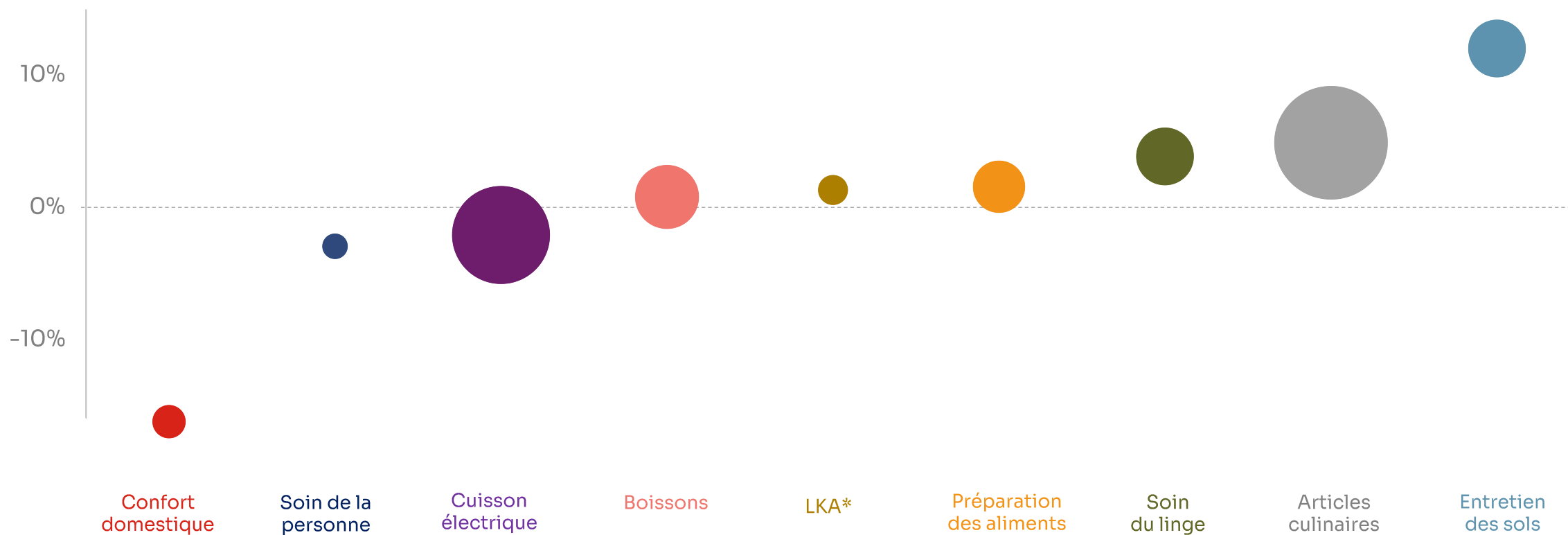
Leader
multi-matériaux / revêtements
dont céramique



Grand Public – Performance par gammes de produits

Gammes de produits Grand Public

Variation des ventes 9M 2025 vs 9M 2024, à tcpc, hors LP



*Large Kitchen Appliances

03

ROPA



ROPA en retrait au T3

ROPA 9M

267 M€

- 39,8 % vs 2024

ROPA T3

148 M€

- 26,2 % vs 2024

MOP 9M

4,7 %

- 310 bps vs 2024

MOP T3

7,7 %

- 240 bps vs 2024

- > **ROPA en baisse** vs. 2024 : - 52 M€ au T3 vs. - 119 M€ au S1
- > **Ventes T3 légèrement inférieures à 2024** et impact sur le levier opérationnel
- > Poursuite au T3 du **repli des résultats en Amérique du Nord**, proche de celui du S1 (- 20 M€)
- > **Appréciation de l'euro et compensation des effets devises toujours pénalisante** dans les pays émergents (- 15 M€ au T3 vs. - 25 M€ au S1)
- > Contribution du **Café Professionnel** au T3 **en ligne** avec l'année dernière, après la baisse observée au S1 (- 40 M€)
- > Investissements en **moyens moteurs stables** vs. 2024 sur le T3 (vs. + 60 M€ au S1)

04 Perspectives



Perspectives 2025

Croissance organique des ventes annuelles
stable à légèrement positive

ROPA annuel
attendu **entre 550 M€ et 600 M€**



Plan d'actions

T4 2025

- > Accélération de la croissance sur les segments les plus porteurs
- > Intensité des lancements produits avec une activation multi-canal optimisée
- > Investissements marketing et publicitaires soutenus et sélectifs, sur une période riche en opérations commerciales (Black Friday, fêtes de Noël, Jour des Célibataires en Chine etc...)
- > Renforcement de l'offre de services en Professionnel, en parallèle d'une poursuite de la bonne dynamique de ventes de machines à café *full auto* en Europe et en Asie
- > Poursuite et intensification des programmes de réductions de coûts sur les dépenses « non essentielles »

Lancement d'un plan à horizon 2027

Renouer avec notre dynamique de croissance rentable

Constat et objectifs

- > Renouer avec notre **dynamique de croissance** et nos **standards de rentabilité**
- > Adaptation aux **évolutions rapides** de nos marchés

1

Des actions mises en œuvre ...

- > Environ **200 millions d'euros** d'économies récurrentes à **horizon 2027**
- > Initiatives centrées sur les **achats**, l'**optimisation des structures**, l'amélioration de l'**efficacité industrielle** et la **simplification des processus**

2

... qui visent à :

- > **Accélérer** notre croissance en augmentant significativement notre capacité d'investissement dans l'innovation, l'IA et le digital
- > **Simplifier** nos organisations pour accroître notre agilité
- > **Renforcer** l'engagement de nos consommateurs autour de l'expérience et de la durabilité

Communication à ce sujet début 2026

05

Annexes

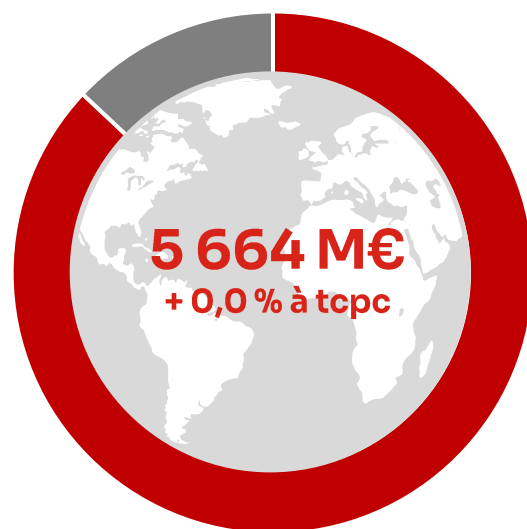


Total des ventes par région et activités 9 mois 2025

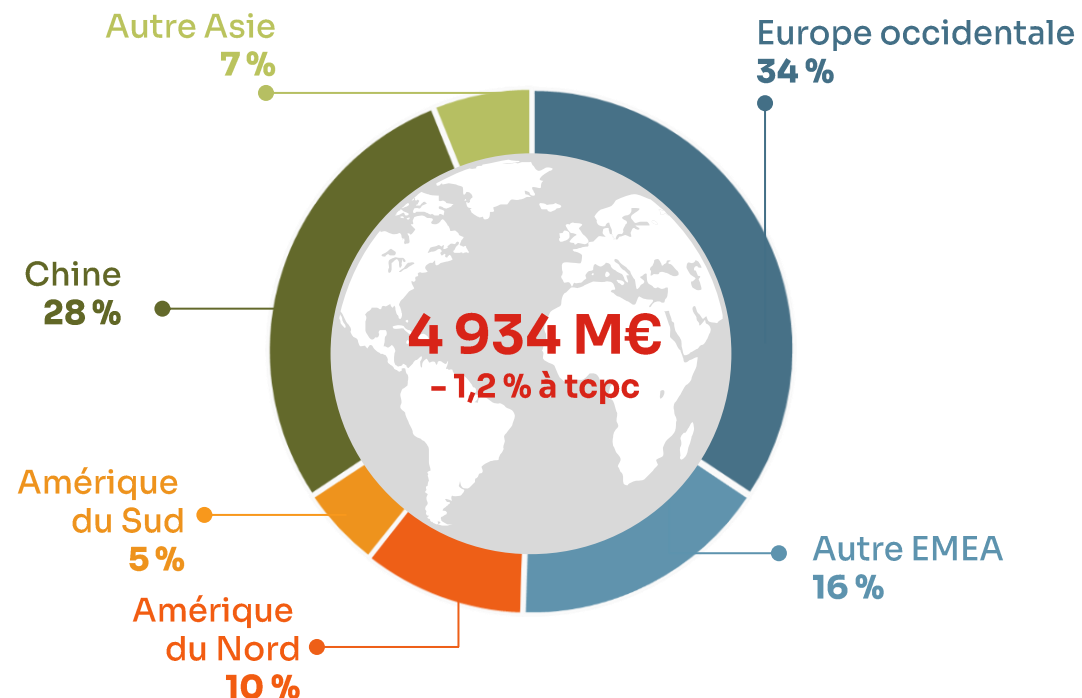
Ventes Groupe

Professionnel
13 %

Grand Public
87 %



Ventes Grand Public



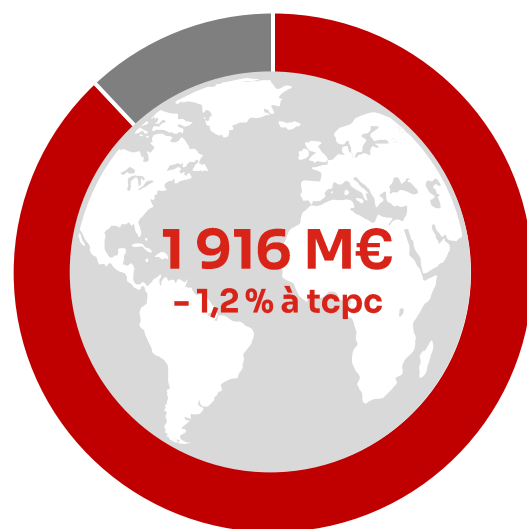
Total des ventes par région et activités

3^e trimestre

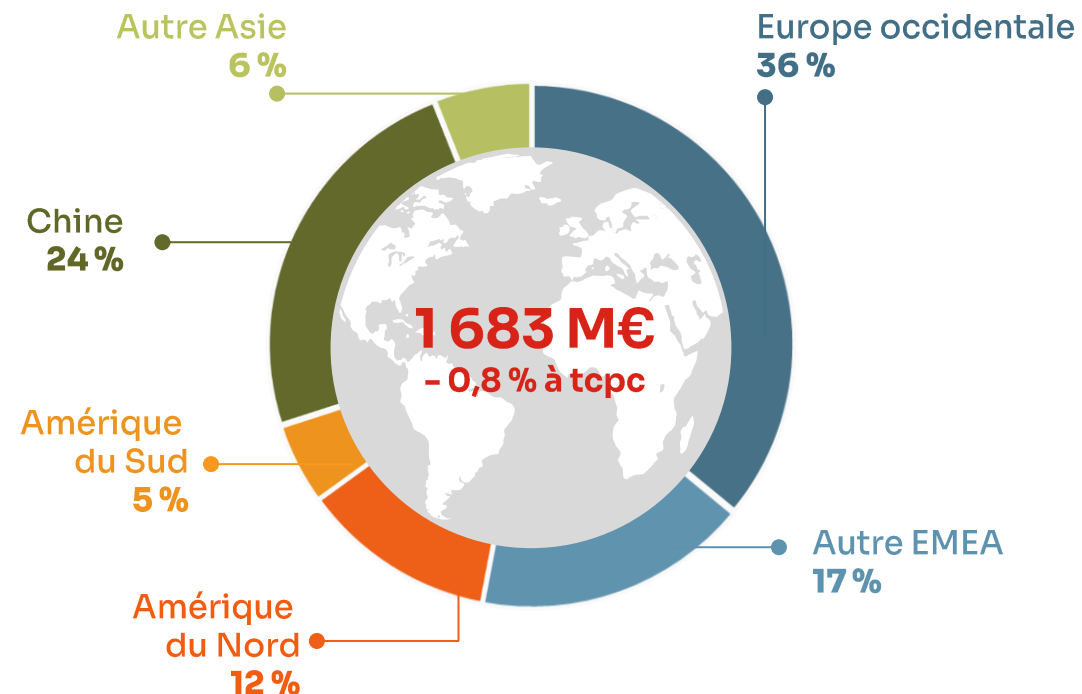
Ventes Groupe

Professionnel
12 %

Grand Public
88 %



Ventes Grand Public



Ventes 1^{er} trimestre par zone géographique

En M€	T1 2024	T1 2025	Publié	T1 2025 tcpc
EMEA	786	798	+ 1,5 %	+ 2,5 %
Europe occidentale	515	515	+ 0,1 %	0,0 %
Autres pays	271	282	+ 4,2 %	+ 7,2 %
AMERIQUES	246	235	- 4,3 %	+ 0,1 %
Amérique du Nord	155	159	+ 2,2 %	+ 4,9 %
Amérique du Sud	90	76	- 15,5 %	- 8,3 %
ASIE	603	639	+ 5,9 %	+ 4,2 %
Chine	498	525	+ 5,5 %	+ 3,5 %
Autres pays d'Asie	106	114	+ 7,6 %	+ 7,7 %
TOTAL Grand Public	1 635	1 672	+ 2,2 %	+ 2,8 %
Professionnel	258	234	- 9,2 %	- 21,7 %
Groupe SEB	1 893	1 906	+ 0,7 %	- 0,6 %

Ventes 2^e trimestre par zone géographique

En M€	T2 2024	T2 2025	Publié	T2 2025 à tcpc
EMEA	769	794	+ 3,3 %	+ 4,4 %
Europe occidentale	515	550	+ 6,9 %	+ 6,8 %
Autres pays	254	244	- 4,0 %	- 0,3 %
AMERIQUES	271	219	- 19,0 %	- 10,5 %
Amérique du Nord	181	147	- 18,6 %	- 11,5 %
Amérique du Sud	90	72	- 19,6 %	- 8,4 %
ASIE	571	566	- 0,8 %	+ 3,6 %
Chine	459	451	- 1,8 %	+ 3,2 %
Autres pays d'Asie	112	115	+ 3,2 %	+ 4,9 %
TOTAL Grand Public	1 611	1 580	- 1,9 %	+ 1,6 %
Professionnel	237	262	+ 10,7 %	+ 3,5 %
Groupe SEB	1 847	1 842	- 0,3 %	+ 1,9 %

Ventes 3^e trimestre par zone géographique

En M€	T3 2024	T3 2025	Publié	T3 2025 à tcpc
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 d'Asie	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 %

Ventes 9 mois par zone géographique

En M€	9M2024	9M 2025	Publié	2025 à tpc	T3 25 VS 24 à 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 %

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.

Programme de fidélisation (LP)

Ces programmes, portés par les enseignes de distribution, consistent à proposer des offres promotionnelles sur une catégorie de produits 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.

Sell-in (ventes)

Ventes réalisées auprès de nos clients (distributeurs).

Sell-out (reventes)

Ventes effectuées par les distributeurs aux consommateurs.

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.

Dette financière nette

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.

Agenda

Evénements – 2026

25 février avant bourse	Ventes et résultats 2025
23 avril après bourse	Ventes et informations financières du 1 ^{er} trimestre 2026
12 mai 14h30	Assemblée Générale
22 juillet après bourse	Ventes et résultats du 1 ^{er} semestre 2026
22 octobre après bourse	Ventes et informations financières des 9 mois 2026

Contacts

Relations Analystes / Investisseurs

Groupe SEB
Direction des Relations Investisseurs
et de la Communication Financière

Raphaël Hoffstetter
Guillaume Baron

rhoffstetter@groupeseb.com
gbaron@groupeseb.com

comfin@groupeseb.com

www.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

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