



2018

Carte de visite

**FACILITER ET
EMBELLIR LA VIE
QUOTIDIENNE DES
CONSOMMATEURS
ET CONTRIBUER
AU MIEUX-VIVRE,
PARTOUT DANS
LE MONDE**



Depuis 160 ans, le Groupe SEB poursuit avec détermination et enthousiasme son ambition : être LA référence mondiale du Petit Équipement Domestique. Pour cela il s'appuie sur une vision à long terme, basée sur ses 5 valeurs fondatrices :

**ESPRIT DE GROUPE
VOLONTÉ D'ENTREPRENDRE
PASSION POUR L'INNOVATION
RESPECT DE LA PERSONNE
PROFESSIONNALISME**

Incarnant la philosophie d'une entreprise responsable, solidaire et engagée, ces valeurs sont partagées par l'ensemble des collaborateurs, partout dans le monde. Elles permettent au Groupe de faire face aux défis de son environnement sereinement et de tirer le meilleur parti des opportunités d'un marché en croissance.

“ Nos résultats 2017 témoignent de la pertinence de notre modèle économique, de la solidité de nos fondamentaux, de l’amélioration constante de notre compétitivité et de l’engagement remarquable de nos collaborateurs. ”

Le Groupe SEB a de nouveau signé en 2017 **une excellente année**. Les ventes se sont établies à près de 6,5 milliards d’euros, en croissance de 30 %, WMF contribuant, dans le cadre de sa première année de consolidation, à hauteur de 1,15 milliard d’euros au chiffre d’affaires consolidé. Notre croissance organique, à + 9,2 %, a été très vigoureuse et portée par toutes nos zones géographiques et toutes les familles de produits. Notre Résultat Opérationnel d’Activité est en progression de plus de 30 % et notre Résultat net de 45 %.

2017, un très bon millésime et une année de transformation pour le Groupe avec l’intégration de WMF.

Les objectifs ambitieux que nous nous étions fixés pour 2017 sont donc dépassés. Ces résultats doivent de plus être mis en perspective d’un historique élevé, puisque 2015 et 2016 avaient déjà été d’excellentes années. Ils témoignent à la fois de la pertinence de notre modèle économique, de la solidité de nos fondamentaux, de l’amélioration constante de notre compétitivité et de l’engagement remarquable de tous les collaborateurs, que je tiens à remercier ici.

2017 a aussi été une année de transformation pour le Groupe avec l’intégration de WMF. Un travail considérable a déjà été réalisé pour mettre en place les organisations, aujourd’hui opérationnelles, harmoniser les processus, mutualiser certaines fonctions centrales et démarrer les synergies sur les achats, la chaîne logistique et l’industrie.

Les projets de création de valeur ont été lancés, avec des premières actions concrètes destinées à développer l’activité Consumer - avec notamment une stratégie renforcée en haut de gamme - et à activer le plan d’accélération en Café Professionnel. Nous suivons notre feuille de route et toutes les équipes, de part et d’autre, sont mobilisées, dans un esprit de coopération constructive, pour saisir les multiples opportunités qui émanent de ce projet passionnant.

Dans un environnement général vraisemblablement plus challenging et en tenant compte d’un historique exigeant pour le Groupe, y compris WMF, **nous avons abordé l’année 2018 avec une grande détermination** et avec un double objectif.

D’une part, dans un marché du Petit Équipement Domestique que nous anticipons toujours porteur, nous visons de poursuivre la croissance rentable du Groupe dans son ancien périmètre, en actionnant nos grands leviers stratégiques : innovation, puissance de nos marques, distribution multicanale, présence mondiale, compétitivité.

D’autre part, nous allons poursuivre l’intégration de WMF en intensifiant les projets initiés en 2017, et notamment, en exécutant les plans d’investissement et d’accélération en café professionnel ainsi qu’en engageant les actions de redressement de la rentabilité en Petit Équipement Domestique.



T de la Tour d'Artaise

Thierry DE LA TOUR D'ARTAISE
Président-Directeur Général

La stratégie du Groupe SEB repose sur une vision de long terme qui consiste à trouver le juste équilibre entre

croissance et compétitivité

pour créer de la valeur pour l'ensemble de ses parties prenantes.



LA référence mondiale du Petit Équipement Domestique

VENTES **6 485 M€**
RÉSULTAT OPÉRATIONNEL D'ACTIVITÉ **661 M€**
RÉSULTAT NET **375 M€**

1 200 MAGASINS SOUS ENSEIGNES PROPRES
6 500 CENTRES DE RÉPARATION AGRÉÉS

INVESTISSEMENTS INNOVATION **225 M€**
542 BREVETS DÉPOSÉS

33 600 COLLABORATEURS

Un portefeuille de marques inégalé

Le Groupe SEB met en œuvre une stratégie multimarques qui lui permet de s'inscrire durablement dans des marchés mondiaux et locaux, au plus proche des consommateurs.

Il s'appuie sur le portefeuille le plus étoffé du secteur du Petit Équipement Domestique, enrichi en 2016 avec l'acquisition de WMF qui renforce sa présence sur le segment haut de gamme (premium) et lui ouvre les portes du marché professionnel.

Les 29 marques du Groupe, piliers de sa stratégie de croissance, s'organisent désormais en trois grands sous-ensembles.



MARQUES GRAND PUBLIC

MONDIALES

Tefal T-fal Rowenta
KRUPS Moulinex

RÉGIONALES

SUPOR ARNO IMUSA
SEB calor emsa

ORIGINAL KAISER MAHARAJA WHITELINE ASIA MIRRO WearEver PANEX
OBH NORDEICA samurai Rochedo clock esteras umco

MARQUES PREMIUM

WMF

Logistica
Specialty Appliances of North America, Inc.

All-Clad
METALCRAFTERS LLC
CANNONSBURG, PA USA

Silit
KOCHEXPERTEN. SEIT 1920.

MARQUES PROFESSIONNELLES

WMF

schaerer

HEPP



L'innovation pour faire la différence

L'innovation est au cœur de la stratégie du Groupe SEB. Créatrice de valeur pour les clients distributeurs, elle est source de progrès et de satisfaction pour les consommateurs. Elle génère une croissance rentable pour le Groupe, lui permet d'investir à nouveau dans des programmes d'innovation et, ainsi, d'alimenter un cycle vertueux.



Une industrie performante

Depuis 160 ans, le Groupe SEB a développé une expertise industrielle pointue et un savoir-faire technologique qui lui permettent d'assurer sa compétitivité. Soucieux d'optimiser en permanence la performance industrielle de ses 40 sites dans le monde, le Groupe est aussi engagé dans l'amélioration des méthodes et l'expérimentation de technologies innovantes pour préparer l'usine de demain.



Un Groupe responsable et solidaire

Le Groupe SEB s'engage à multiplier les innovations pour tendre vers une économie plus circulaire ; à s'aligner sur une stratégie environnementale pour mieux lutter contre le changement climatique ; ainsi qu'à assurer à ses collaborateurs une politique socialement équitable tout en développant des actions à impact positif pour la société.

Le Café professionnel un nouveau marché

Avec l'acquisition, en 2016, de WMF, le Groupe SEB s'est enrichi de deux très belles marques, WMF et Schaefer, et devient le leader mondial des machines à café professionnelles, dans un marché en plein essor.

Avec un premier modèle lancé en 1927, WMF s'appuie sur 90 ans d'expertise dans les machines à café professionnelles. 1969 marque une nouvelle étape avec le lancement de la toute première machine à café automatique au monde. Avec une consommation de plus en plus importante du café hors-foyer, le marché du café professionnel se développe rapidement, partout dans le monde. C'est pourquoi WMF adapte ses machines et les dote de nombreuses fonctionnalités pour répondre de manière personnalisée aux demandes des multiples consommateurs et de clients très éclectiques tels que restaurants, hôtels, commerces de proximité, aéroports, fast-foods, paquebots, entreprises...

Ce marché exigeant requiert des machines innovantes, capables d'assurer la préparation de 150 à 1 000 tasses de café par jour, en fonction de leur taille. Ainsi, les produits jouent un rôle clé dans la rentabilité des clients. Au-delà de l'excellence de ses machines, WMF propose donc un service après-vente dédié, pouvant intervenir dans les plus brefs délais.

Le Groupe SEB entend non seulement préserver la dynamique d'innovation de WMF, mais surtout la déployer afin d'assurer le développement international de l'activité Café Professionnel.

2 USINES EN ALLEMAGNE
ET EN SUISSE

2 MARQUES WMF ET SCHAEFER
L'INNOVATION COMME
MOTEUR



Supor 2007-2017

Une décennie de très belles performances

2017 a été l'année du 10^e anniversaire de Supor au sein du Groupe SEB et cette décennie a été particulièrement marquante.

Supor, c'est aujourd'hui un chiffre d'affaires total voisin d'1,9 Md€ dont plus d'1,2 Md€ réalisés sur son marché domestique, la Chine, dont la croissance très vigoureuse a constitué un moteur fort. Marque la plus reconnue sur le marché culinaire chinois, Supor a considérablement renforcé ses positions en 10 ans, consolidant son leadership en Articles Culinaires et devenant le n°2 en Électricité Culinaire.

Cette remarquable performance est à mettre au compte de deux facteurs majeurs : d'une part une dynamique produits alimentée par une politique d'innovation musclée et par un élargissement de l'offre ; d'autre part une présence incontournable sur le territoire grâce à une vaste distribution, multicanale, avec notamment un réseau de près de 700 magasins exclusifs Supor Lifestores et un formidable essor des ventes en ligne, qui représentent aujourd'hui plus de 35% du chiffre d'affaires de Supor en Chine.

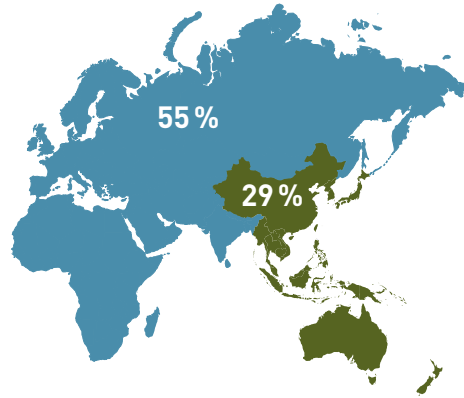
Enfin, Supor représente une base industrielle puissante et compétitive, destinée à servir le marché chinois ainsi que des exportations Groupe. Cette réussite se reflète dans la progression des ventes, des résultats et du cours de l'action de Supor qui constitue un socle solide pour le futur.



20
分牌厨电
中国第一品牌



Répartition géographique des VENTES 2017



40 SITES INDUSTRIELS
102 IMPLANTATIONS
COMMERCIALES

Marché international savoir-faire local

Présent dans plus de 150 pays, le Groupe SEB a su allier expertise locale et démarche internationale. Les marques, produits et services qu'il propose répondent avec pertinence et cohérence aux exigences de leurs marchés, s'adaptant sans cesse aux attentes des consommateurs.



Campus SEB - 112, chemin du Moulin Carron
69130 Écully - +33 (0)4 72 18 18 18

www.grouponseb.com

