



REUNION D'INFORMATION

Paris, le 26 février 2013



Avertissement

Cette présentation peut contenir des informations de nature prévisionnelle relatives à la situation financière, aux résultats, aux métiers, à la stratégie et aux projets du Groupe SEB. Même si le Groupe SEB estime que ces déclarations reposent sur des hypothèses raisonnables, elles ne constituent pas des garanties quant à la performance future de la société. Les résultats effectifs peuvent être différents des déclarations prévisionnelles en raison d'un certain nombre de risques et d'incertitudes, dont la plupart sont hors de notre contrôle, et notamment les risques décrits dans les documents qui sont ou seront déposés par le Groupe SEB auprès de l'Autorité des Marchés Financiers et également sur notre site www.groupeseb.com.

INTRODUCTION

4 – 7

FAITS MARQUANTS DE L'ANNEE

8 – 20

ACTIVITE ET RESULTATS 2012

21 – 63

PERSPECTIVES 2013

64 – 75

Chiffres clés 2012

Chiffre d'affaires

4 060 M€



+ 2,4 %
- 0,9 % à tpc

**Résultat opérationnel
d'activité**

415 M€



- 8 %

Résultat Net

194 M€



- 17 %

Endettement 31/12

556 M€



- 117 M€ vs 2011



2012 : Un contexte de crise mondiale

❖ Ralentissement de la consommation



❖ Montée en puissance du e-commerce



❖ Baisse de la fréquentation des magasins



Contexte concurrentiel avivé



Acteurs PED

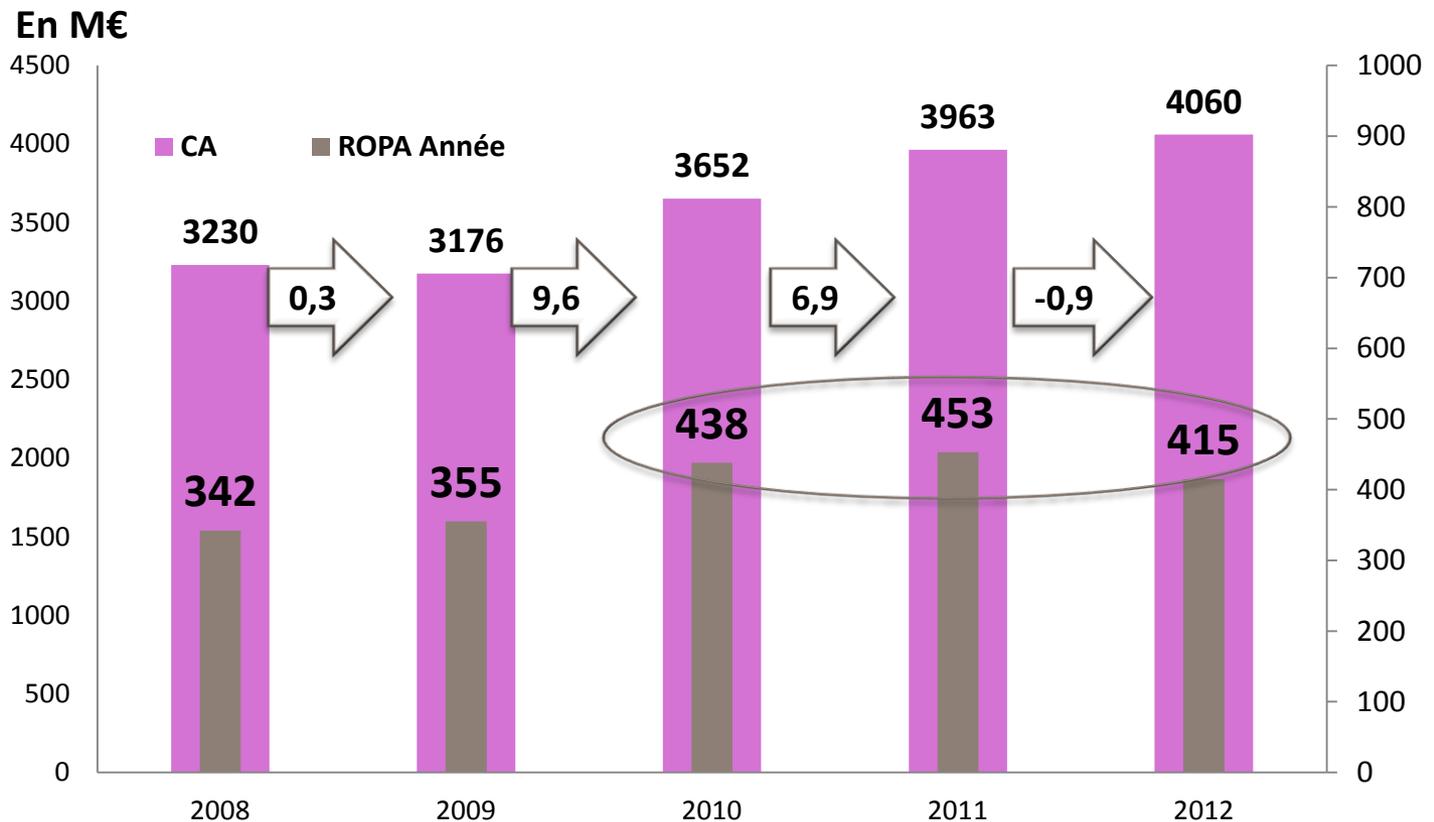
- Offensive produits nouveaux et suiveurs
- Agressivité prix

Distribution

- Déstockage continu
- Pression sur les prix
- Promotions et opérations de fidélisation

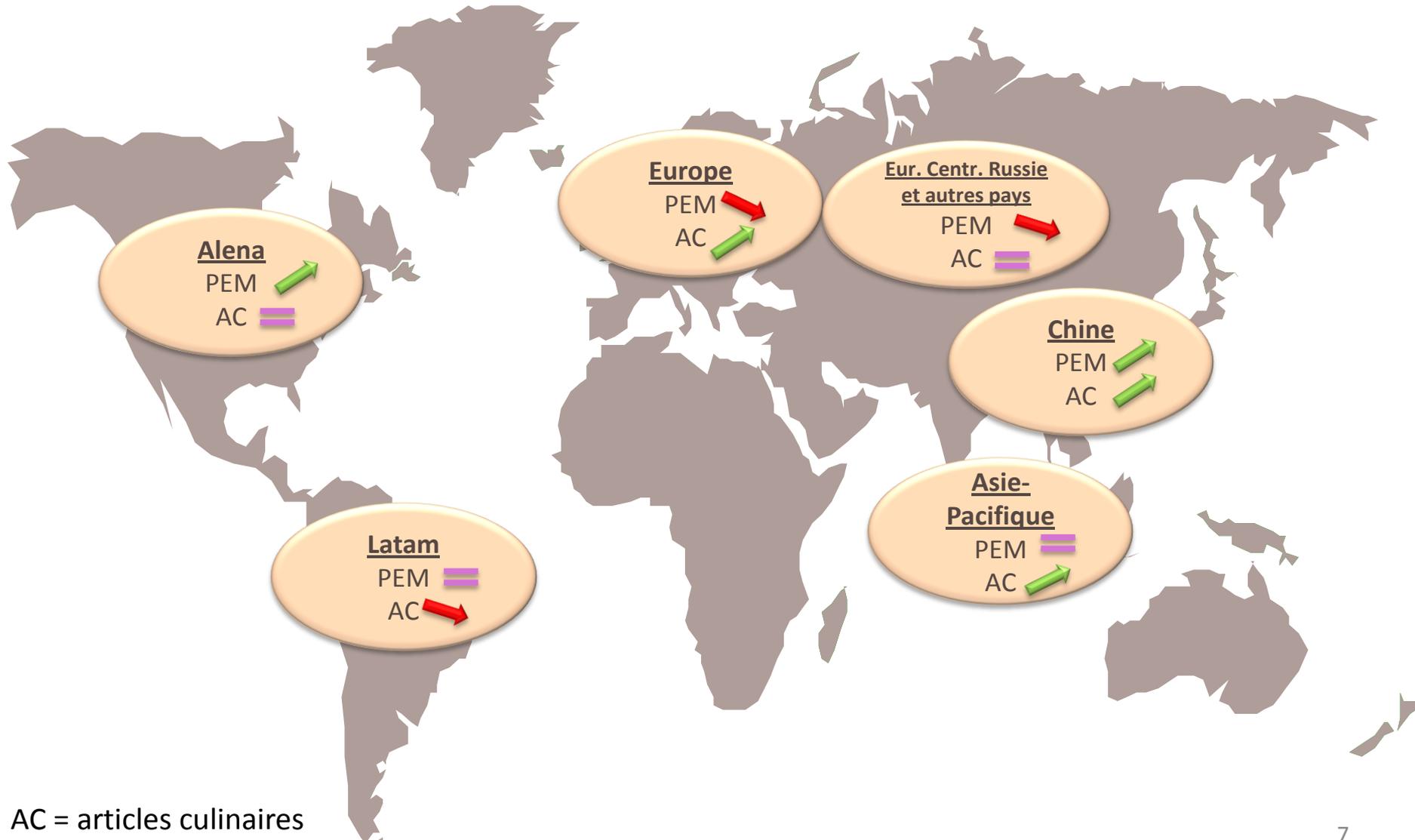
Des performances honorables

❖ Après deux années record pour le Groupe, 2010 et 2011



Croissance
organique en %

Une évolution contrastée de nos parts de marché



AC = articles culinaires
 PEM = Petit électroménager

INTRODUCTION

4 – 7

FAITS MARQUANTS DE L'ANNEE

8 – 20

ACTIVITE ET RESULTATS 2012

21 – 63

PERSPECTIVES 2013

64 – 75

Schuldschein

SCHULDSCHEIN



Lancement réussi du 2^e Schuldschein

- ❖ Placement privé de droit allemand
- ❖ Sursouscription massive → conditions financières compétitives
- ❖ 220 M€ → tranches à 3,5 ans / 5 ans / 7 ans
 - Plus de 80% du montant > 5 ans
- ❖ Investisseurs diversifiés et internationaux
- ❖ Architecture financière optimisée
 - Rallongement de la maturité de la dette
 - Diversification des sources de financement
 - Base d'investisseurs élargie

Horizons 2012

HORIZONS 2012



Succès de l'opération d'Actionnariat salarié, Horizons 2012

- ❖ 19 septembre / 5 octobre 2012
- ❖ Déploiement dans 30 pays
- ❖ Prix de souscription = 45,36€ (décote 20% vs prix de référence) + abondement progressif et plafonné (titres)



	Taux de souscription	Nbre d'actions moyen/Pers.
France	43 %	64 actions
International	21 %	47 actions
GLOBAL	32 %	59 actions



Flash distribution

DISTRIBUTION



Programmes de fidélisation

- ❖ Principe : générer du trafic en magasin pour le distributeur, levier de chiffre d'affaires pour le fournisseur
- ❖ Développement dans le monde, récurrence aléatoire des opérations

CA Programmes de fidélisation	M€
2008	61
2009	83
2010	98
2011	65
2012	82

Russie : Metro

МЕТРО ПОЛИЯ
«Сейчас в российских магазинах»
KRUPS Moulinex Tefal

15x M
-50%

Модель MOULINEX Saphire S15, емкость 1,8 л, мощность 1100 Вт. 2390 руб. → 1195 руб.

METRO KOSMOS - это уникальное предложение от производителя Moulinex. Специально для клиентов Metro разработана программа лояльности METRO KOSMOS. С 10 ноября 2012 года в магазинах METRO KOSMOS действует скидка 50% на все товары METRO KOSMOS. В течение 30 дней с момента окончания акции.

METRO KOSMOS - это уникальное предложение от производителя Moulinex. Специально для клиентов Metro разработана программа лояльности METRO KOSMOS. С 10 ноября 2012 года в магазинах METRO KOSMOS действует скидка 50% на все товары METRO KOSMOS. В течение 30 дней с момента окончания акции.

METRO
ДЕЛО В ДОВЕРИИ

www.metro-cc.ru
 8 800 700 1071

Mexique : Soriana

T-fal

SAPHIRE

Fabricado exclusivamente para **SORIANA**

INTENSUM non-STICK DIFFUSAL

24cm*

Avec Auchan, collectionnez les vignettes et obtenez jusqu'à **60% DE REMISE***

sur la gamme **INGENIO INOX Tefal**

Recycler vos anciennes casseroles chez E.LECLERC, c'est bien. Bénéficier de 40% en tickets E.LECLERC pour en acheter de nouvelles, c'est bien mieux.

Tefal

40% DE REMISE*

E.LECLERC VOUS SAUVEZ QUE VOUS ACHETEZ MOINS CHER

Tefal PROFESSIONAL

POUR UNE DURABILITE A TOUTE EPREUVE !

50% D'ECONOMIE

50% D'ECONOMIE

Casino

France :
 Auchan
 Casino
 Leclerc



Opération fidélisation – Russie - Metro

Développement continu des magasins sous enseignes du Groupe

Home & Cook, Supor Lifestores, Tefal shops, Casa Lagostina...

1 506 magasins fin 2012

(+ 63 vs fin 2011)

Chine : 1 065 magasins

(+ 52 vs 2011)

44 autres pays : 441 magasins

(+ 11 vs 2011)

❖ 83 % en franchise, 17 % en propriété

❖ ~ 6 % des ventes Groupe

Home & Cook Dubaï



Supor Lifestore



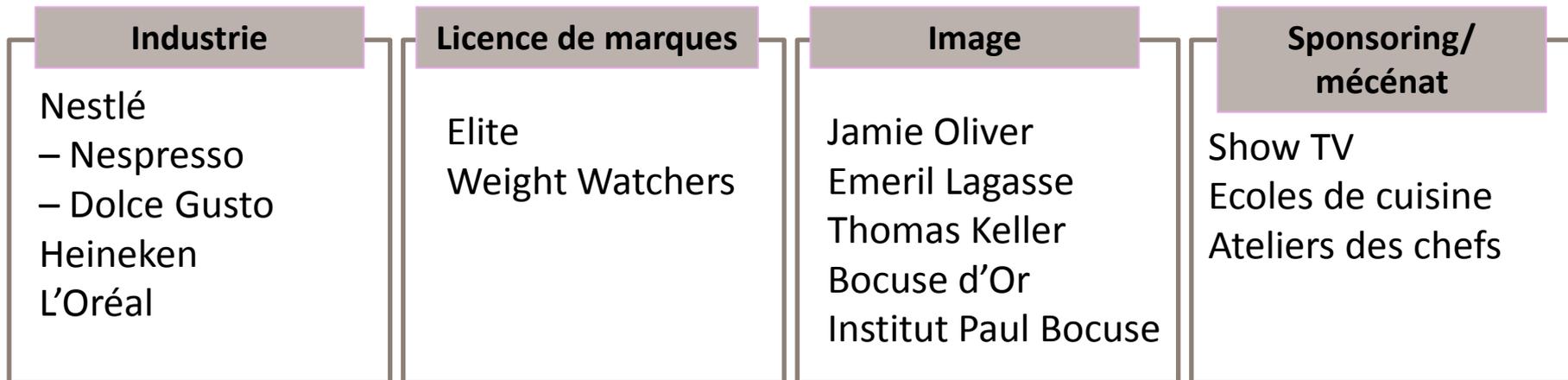
Flash partenariats

PARTENARIATS



Partenariats : le café à la base d'une expertise

- ❖ Ventes 2012 ~ de 400 M€
- ❖ Progression des partenariats hors café



Mutualisation des moyens
Visibilité accrue
Levier de croissance



Point sur l'Inde

INDE



L'Inde et Maharaja Whiteline

- ❖ Performances non alignées sur le business plan défini lors de la prise de contrôle en décembre 2011
- ❖ Fiabilité douteuse des chiffres
- ❖ Harish Kumar démis de ses fonctions de DG lors du Conseil d'Administration du 21 novembre 2012
 - Appel de la décision → réintégration de H. Kumar comme DG
 - Procédure judiciaire en cours
- ❖ Non consolidation de MW dans les comptes 2012
- ❖ Dépréciation titres → 25 M€

INTRODUCTION

4 – 7

FAITS MARQUANTS DE L'ANNEE

8 – 20

ACTIVITE ET RESULTATS 2012

21 – 63

PERSPECTIVES 2013

64 – 75

Avertissement

- ❖ Les données chiffrées comparatives 2010/2011 présentées dans ce support sont celles **publiées en 2011**. Elles ne tiennent pas compte de l'application anticipée rétrospective de la norme IAS 19R
- ❖ Les impacts liés à cette nouvelle norme sont présentés dans le projet de Document de Référence (note 1.4.10 et note 2 de l'annexe aux comptes consolidés). Ils sont peu significatifs.

Ventes 2012 par zone géographique

2012/2011 en %*

M €	2011	2012	Parités courantes	tpc
France	706	688	- 2,4 %	- 2,4 %
Autres U.E. occidentale	807	759	- 6,0 %	- 7,0 %
Amérique du Nord	410	457	+ 11,6 %	+ 2,8 %
Amérique du Sud	427	451	+ 5,6 %	+ 6,3 %
Asie Pacifique	920	992	+ 7,8 %	- 1,5 %
Eur. Centrale, Russie et autres pays	693	713	+ 2,7 %	+ 1,7 %
TOTAL	3 963	4 060	+ 2,4 %	- 0,9 %

*% calculés sur chiffres non arrondis

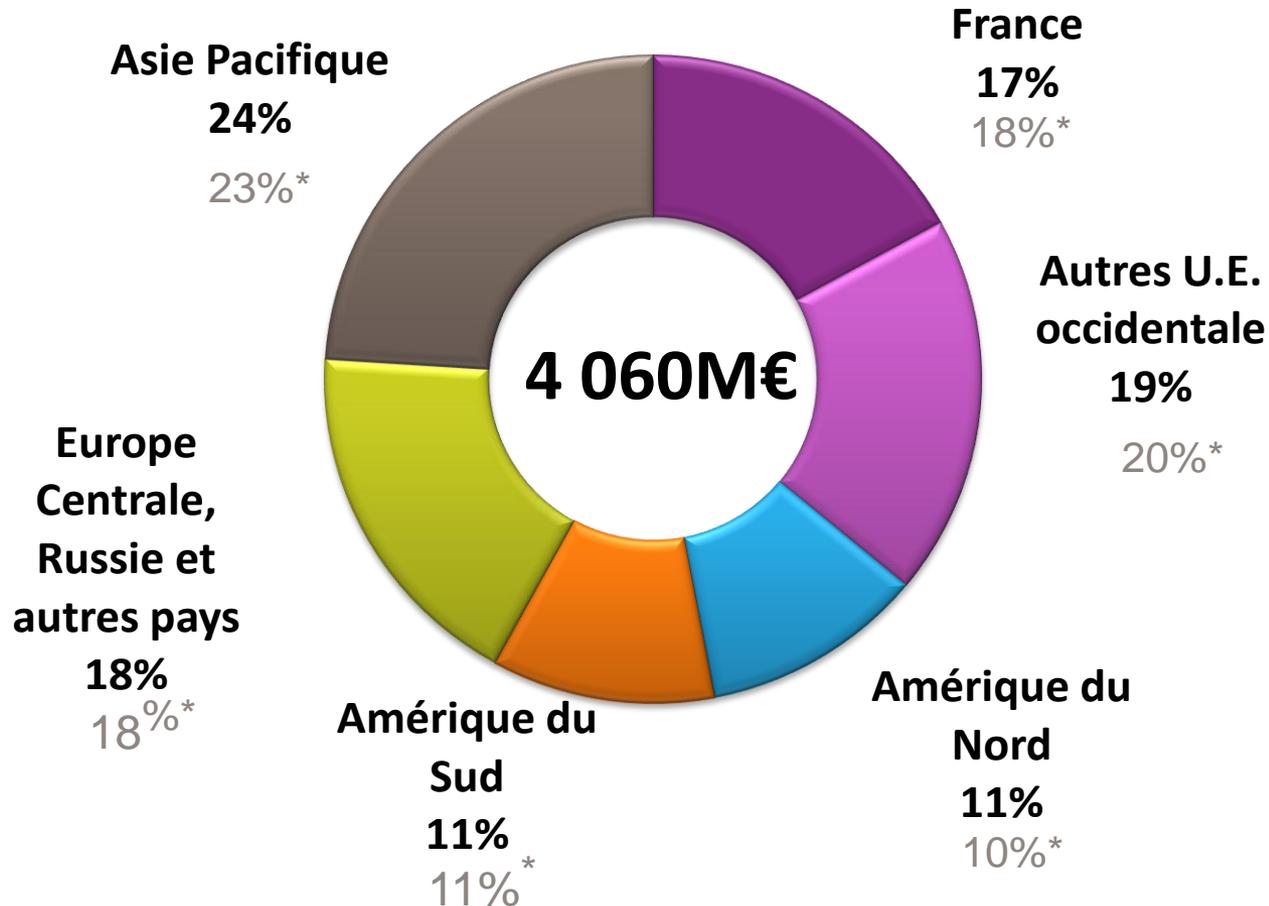
Maharaja Whiteline non consolidé

Croissance organique par trimestre



Année 2009	+0,3%
Année 2010	+9,6%
Année 2011	+6,9%
Année 2012	-0,9 %

Répartition des ventes 2012 par zone géographique



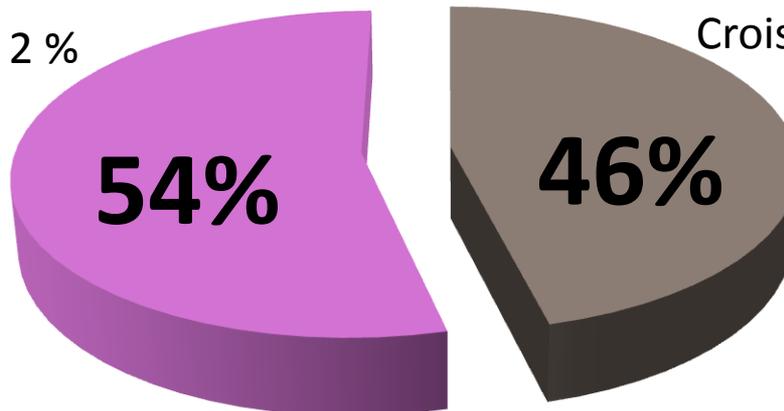
* Chiffres 12 mois 2011

Une exposition équilibrée entre marchés matures et émergents

Ventes 2012 : 4 060 M€

Pays matures

Croissance organique : - 2 %



Pays émergents

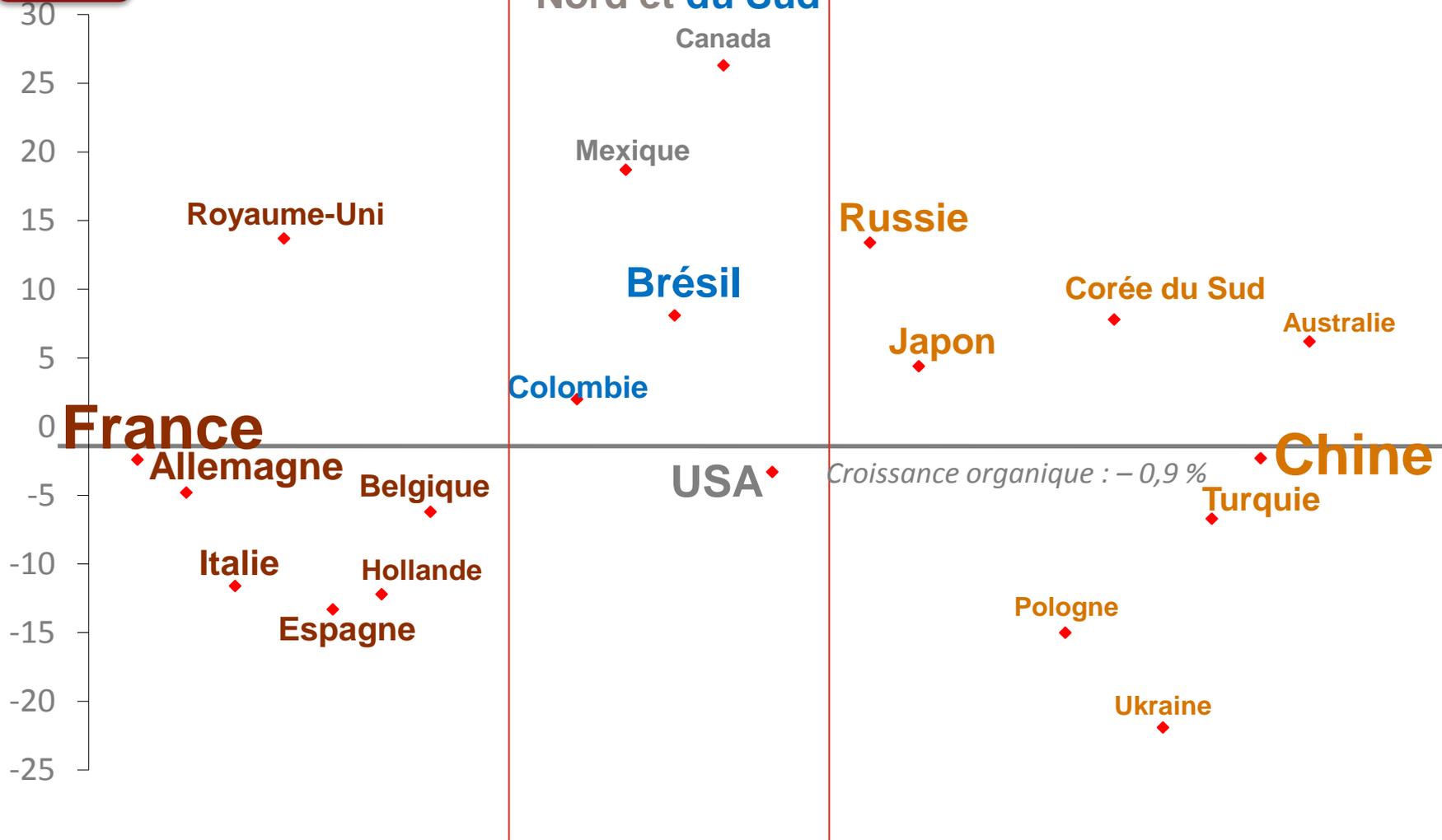
Croissance organique : + 1 %

	2009	2010	2011	2012
Part CA en %	63	58	55	54
Croissance organique en %	+ 1	+ 5	+ 2	- 2
Part CA en %	37	42	45	46
Croissance organique en %	0	+ 11	+ 14	+ 1

Palmarès des ventes 2012

20 premiers pays – tpc

En %



Quelques **FOCUS** pays ...



FOCUS Autriche
FOCUS Thaïlande **Chine**
FOCUS Russie **Arabie**
FOCUS France
FOCUS Saoudite



Population

66 M

Croissance PIB 2012

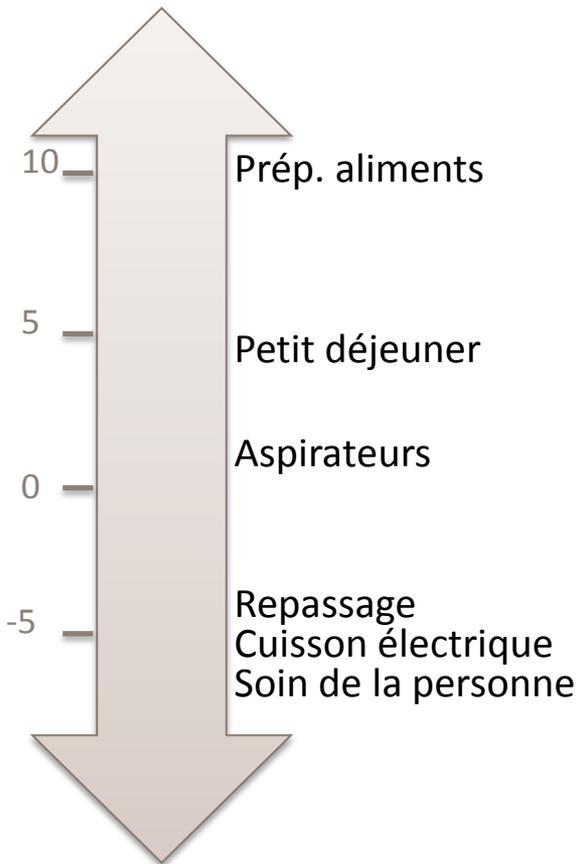
0,0 %



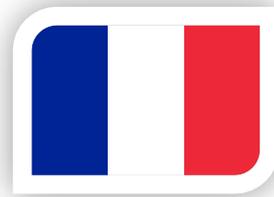
MARCHE

PEM 2012

+ 0,8 % (GFK)



- ❖ Evolution du marché très hétérogène selon les catégories de produits
- ❖ Marché des articles culinaires : - 15 % vs 2011
➔ Retour à la normale
- ❖ Distribution « physique » sous tension
➔ multiplication des promotions et programmes de fidélisation
- ❖ Marché réactif aux nouveaux produits



Ventes Groupe 2012 : - 2 % vs 2011

PEM

- 
- ❖ Ventes : - 4,5 %
 - ❖ PDM : -1,8 point
 - Effet Grundig / Carrefour
 - Effet mix segment de marché
 - ❖ Succès : aspirateurs, Soup & Co, Cookeo, fer Free Move, Kitchen machines, appareils conviviaux ...
 - ❖ Repli en café, Fresh Express, Actifry

ARTICLES CULINAIRES

- 
- ❖ Ventes : + 3 %
 - ❖ PDM : + 8,5 points
 - Rattrapage PDM perdues en 2011
 - ❖ Difficile en autocuiseurs
 - ❖ Progression continue d'Ingénio
 - ❖ Lancement réussi de la gamme céramique

Population

1,3 Mrd

Croissance PIB 2012 (e)

7,7 %



MARCHE

PEM

CMM, villes de rang 1&2

Marché 2012



- 12 % volume
- 11 % valeur

ARTICLES CULINAIRES

GFK, 30 plus grandes villes chinoises

Marché 2012



- 12 % volume
- 5 % valeur

+ Recul significatif des exportations de PED fabriqué en Chine

→ Surcapacités industrielles

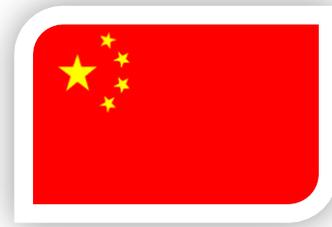
- ❖ Distribution spécialisée sous pression
- ❖ Essor rapide d'Internet (Taobao, 360Buy...)

→ Concurrence avivée, guerre des prix



CHINE (2/2)

2^{ème} marché du Groupe



Ventes SUPOR Chine : - 2 % vs 2011 à tcc

PEM

65 % des ventes SUPOR en Chine
CA : - 6 % vs 2011 à tcc

PDM fin 2012 : 19 %  (+ 2 Points)

ARTICLES CULINAIRES

35 % des ventes SUPOR en Chine
CA : + 8 % vs 2011 à tcc

PDM fin 2012 : 38 %  (+ 1 Point)

- ❖ Développement continu dans les villes de 3^{ème} et 4^{ème} rang
+ 5 500 points de ventes
- ❖ 1 065 Supor Lifestores
- ❖ Ventes internet + 110 %

NB : pas d'impact du Nouvel An chinois en 2012

AUTRICHE

23^{ème} marché du Groupe

Population

8 M

Croissance PIB 2012 (e)

0,7 %



Ventes 2012 Groupe : + 8 % vs 2011

- ❖ Marché PEM : + 5 % ; marché Articles culinaires : + 12 %
- ❖ PDM Groupe PEM 8 % - Articles culinaires 16 %

SUCCES 2012

- Articles culinaires
- Préparateurs culinaires Moulinex
- Machines espresso automatiques
- Aspirateurs, fers...

MARQUES

Tefal, Krups, Rowenta, Moulinex

DISTRIBUTION

- Développement rapide chez les comptes-clés : Media Saturn, Lutz, Spar, Metro, Rewe...
- 2 magasins Home & Cook :
Ventes 2012 : + 13 % vs 2011

RUSSIE

5^{ème} marché du Groupe

Population	138 M
Croissance PIB 2012 (e)	3,5 %



Ventes 2012 Groupe : + 13 % à tcc vs 2011

- ❖ Marché PEM en croissance ~ 11-12 % → très concurrentiel
- ❖ PDM Groupe PEM (e) :
 - Articles culinaires 20 %, n°1
 - PEM ~13 %, n° 2

SUCCES 2012

- Repassage
- Préparation des aliments
- Articles culinaires
- Dolce Gusto
- Aspirateur

DISTRIBUTION

- Développement solide avec M-Video, Metro, MMS, Rial Market, Auchan....
- Programmes de fidélisation
- Ventes internet : 1,7 % → 4,5 % du CA
- Ouverture de 3 magasins Home and Cook en 2012.

MARQUES

Tefal, Rowenta, Moulinex, Krups

Population	67 M
Croissance PIB 2012 (e)	5,5 %



Ventes 2012 Groupe + 41% à tcc vs 2011

- ❖ Marché PEM en croissance + 15%
- ❖ PDM Groupe PEM (e) : 4,5 %

SUCCES 2012

- Blenders : PDM 18 %, + 4 pts vs 2011
- Fers : PDM 26 %, + 8 pts vs 2011
- Développement cuiseurs à riz, aspirateurs
- Budget publicité robuste

DISTRIBUTION

- 780 points de vente (+ 152 vs 2011)
- 458 démonstrateurs fin 2012 (+ 89 vs 2011)
- Pénétration du milieu de gamme (Big C, Tesco...)
- Distribution traditionnelle en « province »

MARQUES

Monomarque : Tefal (concentration des moyens)



ARABIE SAOUDITE

Population	26 M
Croissance PIB 2012 (e)	5,5 %



21^{ème} marché du Groupe

Ventes 2012 Groupe + 16 % à tcc vs 2011

- ❖ Consommation dynamique → marché PED en croissance
- ❖ Commercialisation à travers un agent distributeur → AHA



SUCCES 2012

- Préparateurs culinaires
- Friteuses
- Bouilloires
- Articles culinaires

MARQUES

Moulinex, Tefal

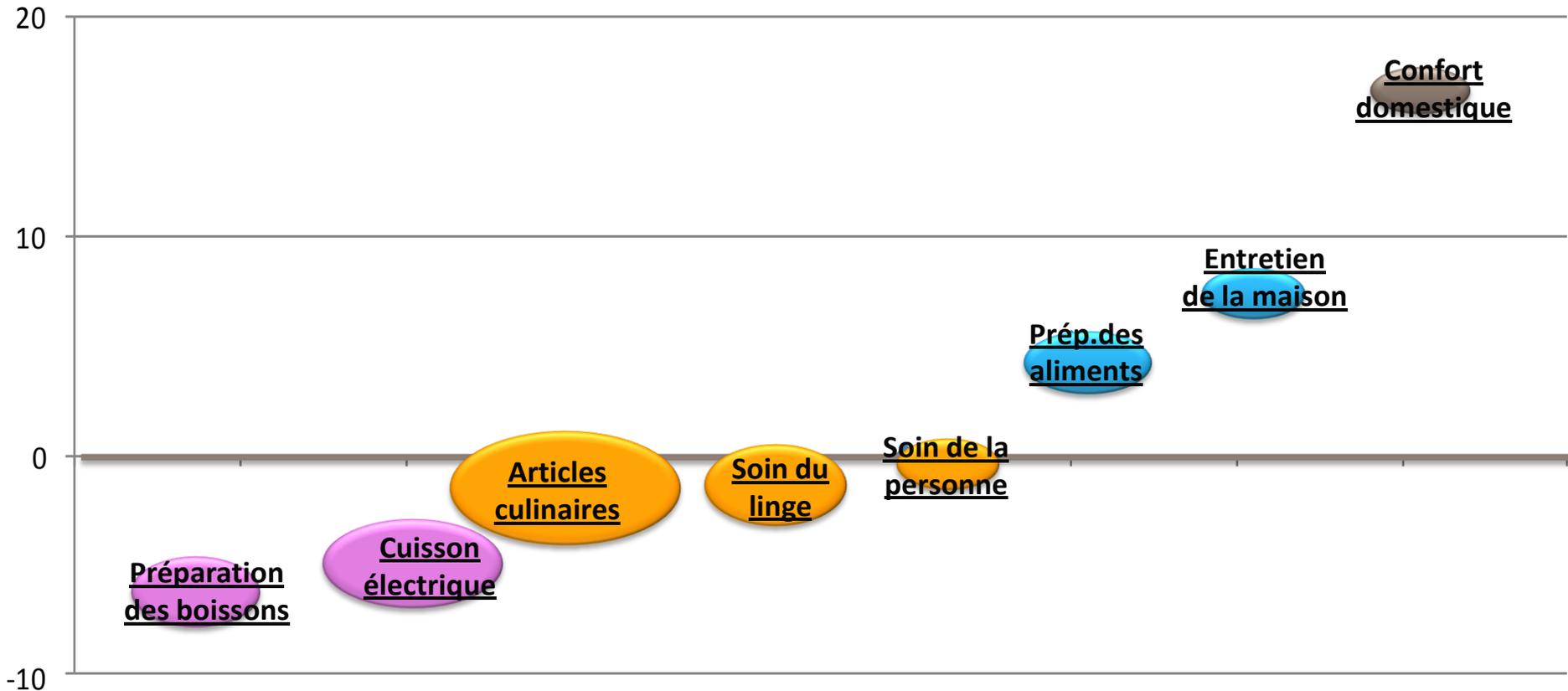
DISTRIBUTION

- Magasins traditionnels indépendants (60 % du marché)
- Carrefour, Panda, Extra...



Ventes 2012 : Palmarès des lignes de produits

Croissance à tpc



Quelques **FOCUS** produits...

FOCUS

DU 16 AVRIL AU 7 JUILLET 2012 OBTENEZ JUSQU'À 60% DE REMISE sur la gamme INGENIO INOX Tefal

A CE PRIX-LÀ, INVITEZ L'INGÉNOSITÉ DANS VOTRE CUISINE.

COMMENT BÉNÉFICIER DE VOTRE REMISE ?
10€ d'achats = 1 VIGNETTE
15 VIGNETTES = 1 coupon rempli
1 coupon = jusqu'à 60% de remise sur l'achat de votre choix de la collection

Tefal PROFESSIONAL
POUR UNE DURABILITÉ À TOUTE ÉPREUVE !

50% D'ÉCONOMIE

L'OREAL & ROWENTA SALON
5 ANS DE RECHERCHE, 8 BREVETS
REVOLUTION VAPEUR Steampod

PAR LES PLUS GRANDS COIFFEURS DU MONDE



TEFAL : une expertise multi-matériaux, multi-revêtements



Aluminium PTFE
Titanium Pro



Inox



Fonderie
d'aluminium

Gamme Natura



Céramique

Gamme Ceramcontrol
Induction



Ventes Ingenio 2012 : + 20 % vs 2011



Leadership renforcé **Tefal**



Légitimité

Cookeo : une nouvelle approche de la cuisine

- ❖ Multicuisiseur intelligent et interactif
 - 40 recettes intégrées
- ❖ Lancement mai 2012
- ❖ Large plan de communication
 - Spot Télé, campagne digitale
 - Démonstrations en magasins
- ❖ 40 000 pièces vendues en 2012



Design Award Foire de Paris
Trophées de l'innovation LSA 2012



**Simplicité, rapidité et saveur
au quotidien**

Moulinex®

Freemove : LE fer sans cordon

- ❖ Lancement mi-2012
- ❖ Campagne digitale mondiale, buzz pré-lancement
- ❖ 130 000 pièces vendues en 2012
- ❖ « 4 secondes de charge pour 25 secondes de repassage actif »
- ❖ Puissance : 2400 W



La liberté avec la puissance !

Tefal **caloR**

Machines expresso automatiques : un marché en plein essor

Marché Mondial = 600 M€ (e) ↗ 10% (e) 2013-2017



Autres

USA

Suisse

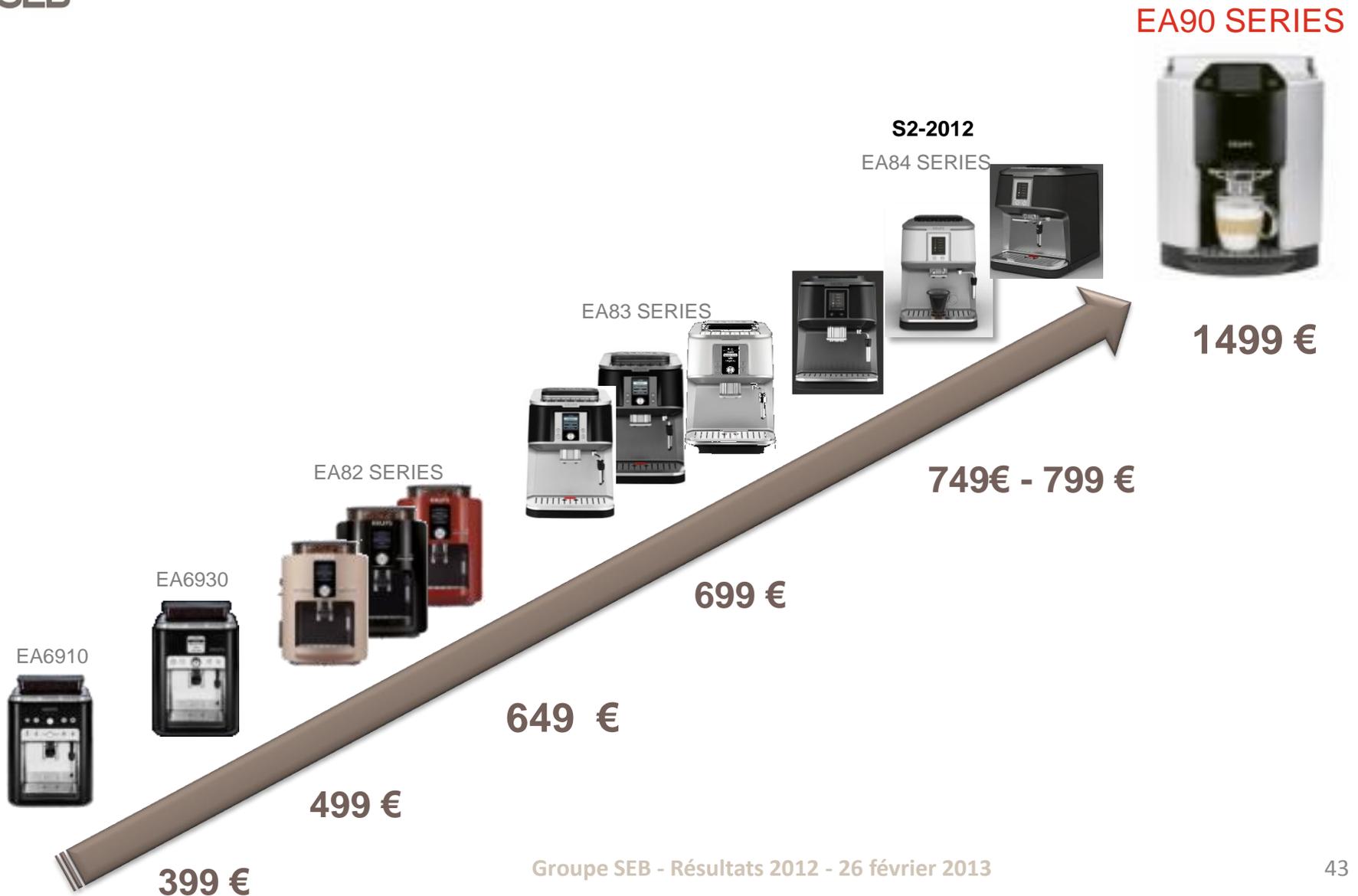
Autriche

Europe de l'Est

Allemagne

- ❖ Croissance à 2 chiffres en Europe depuis plusieurs années → effet « éducatif » de Nespresso
- ❖ Concurrence exclusivement européenne → production en Europe (savoir-faire, qualité, technologie,...)
- ❖ Développement des ventes à l'international (Russie, Asie, USA, UK, ...)

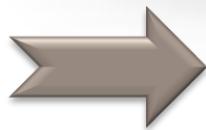
Une offre construite, large et profonde



Ventilateur Ultimate au Brésil : amélioration du mix-produit



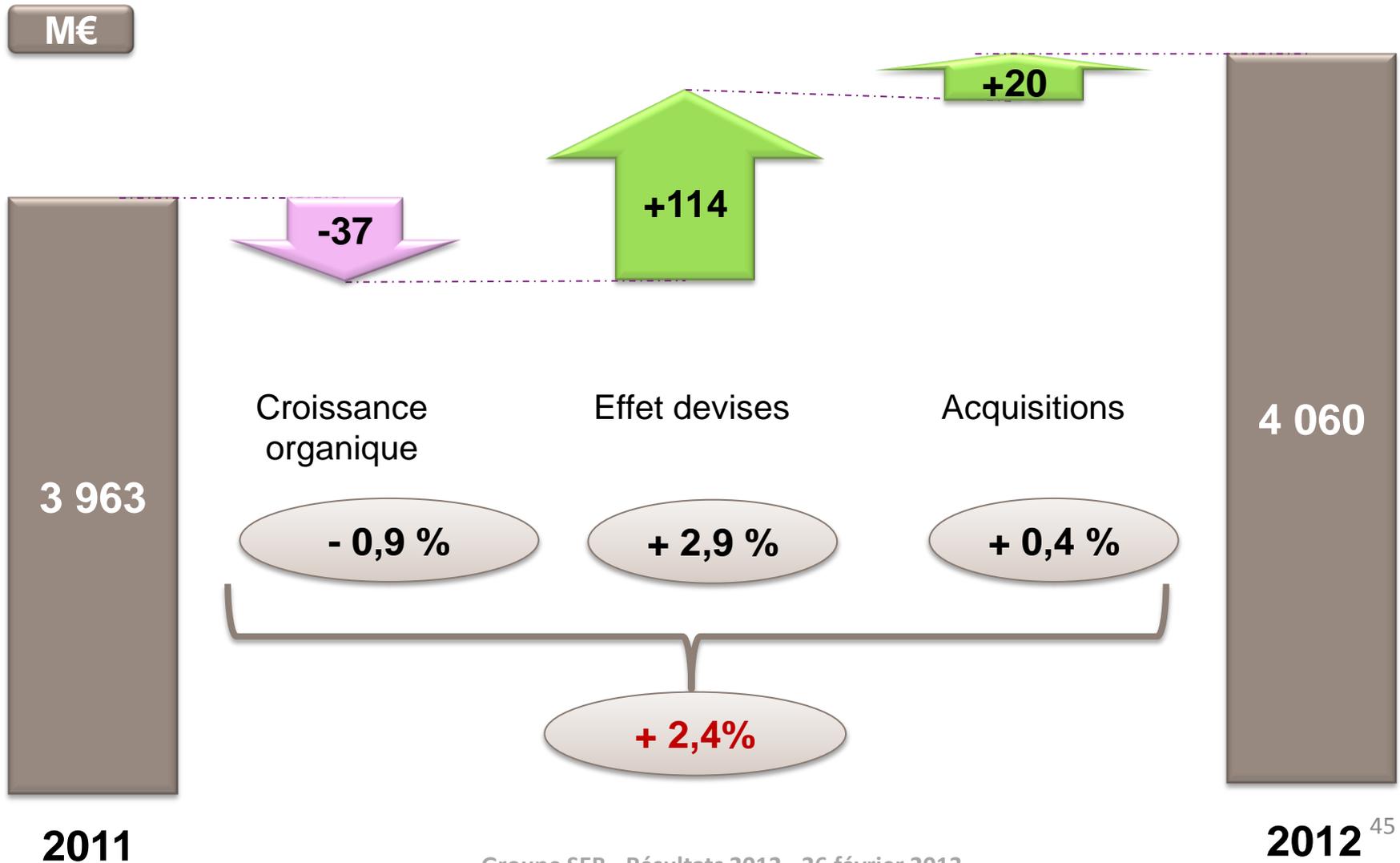
- ❖ Lancement T3 2012
- ❖ Ventilateurs de plafond = 23 % du marché des ventilateurs au Brésil
- ❖ Caractéristiques
 - Moteur à commutation électronique : moteur 35 % plus léger
→ économie d'énergie : 35 %
 - Grande performance en termes de niveau de bruit et de brassage d'air
- ❖ 15 000 pièces vendues en 2 mois (oct à fin déc. 2012)
 - Prix 350/450 reals vs prix marché de 150 reals → montée en gamme
 - 1/3 des ventes de ventilateurs d'Arno en 2012



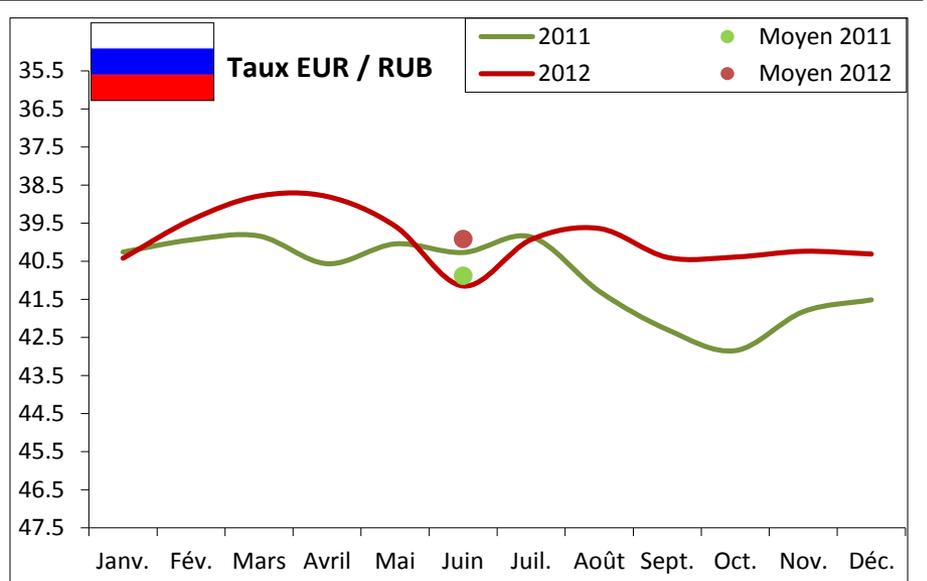
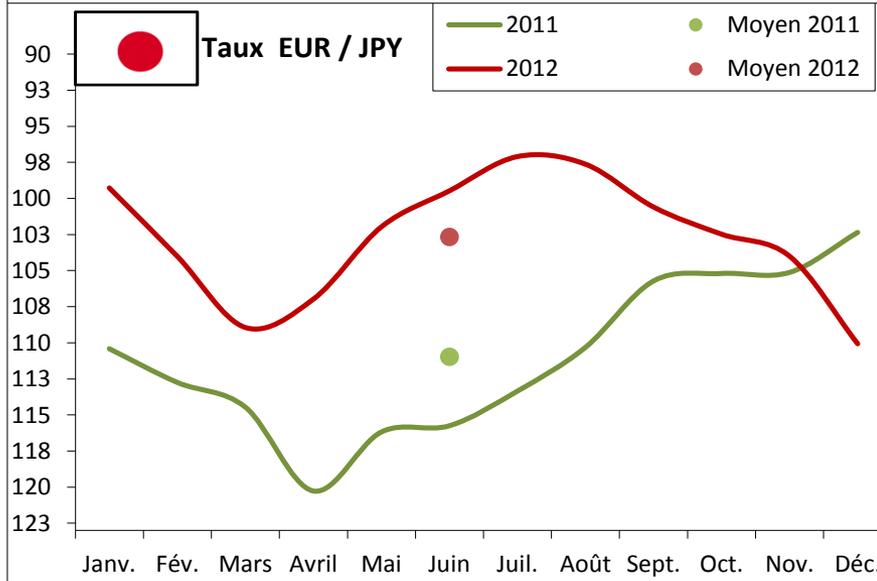
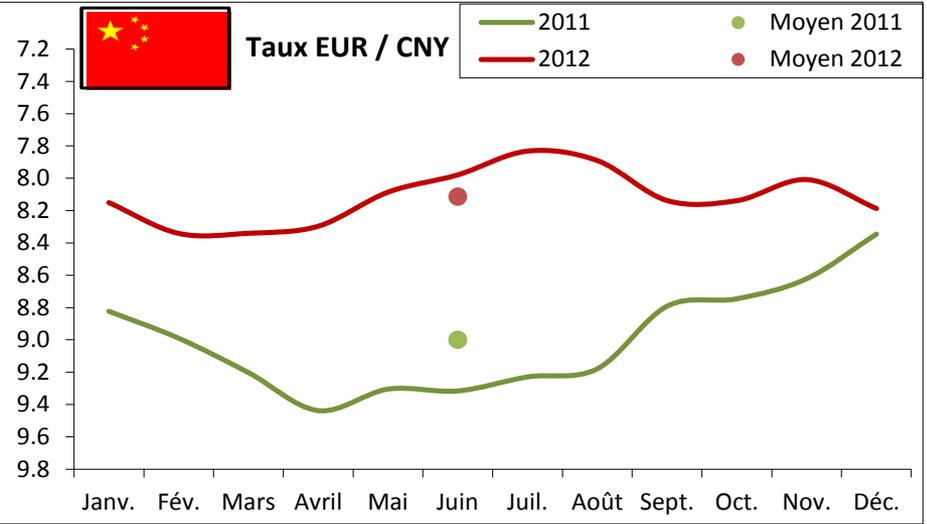
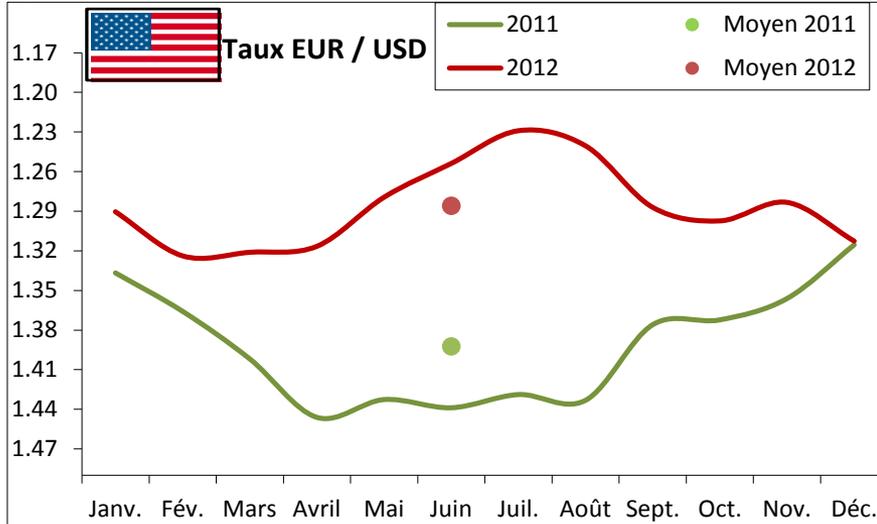
ARNO

**LA référence innovation
en ventilateurs au Brésil**

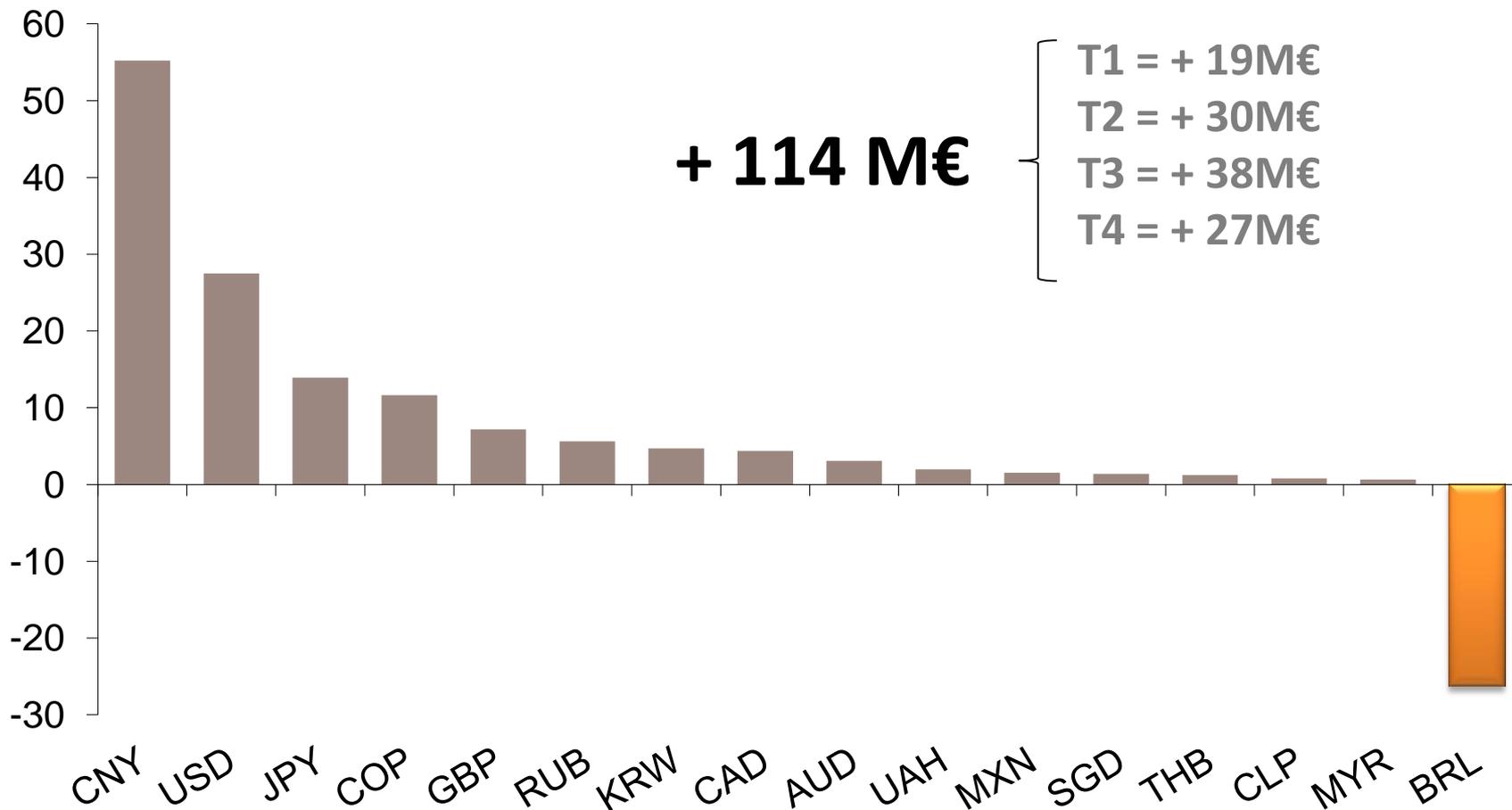
Evolution des ventes 2012 vs 2011



Evolution de quelques devises



Impact devises sur les ventes 2012



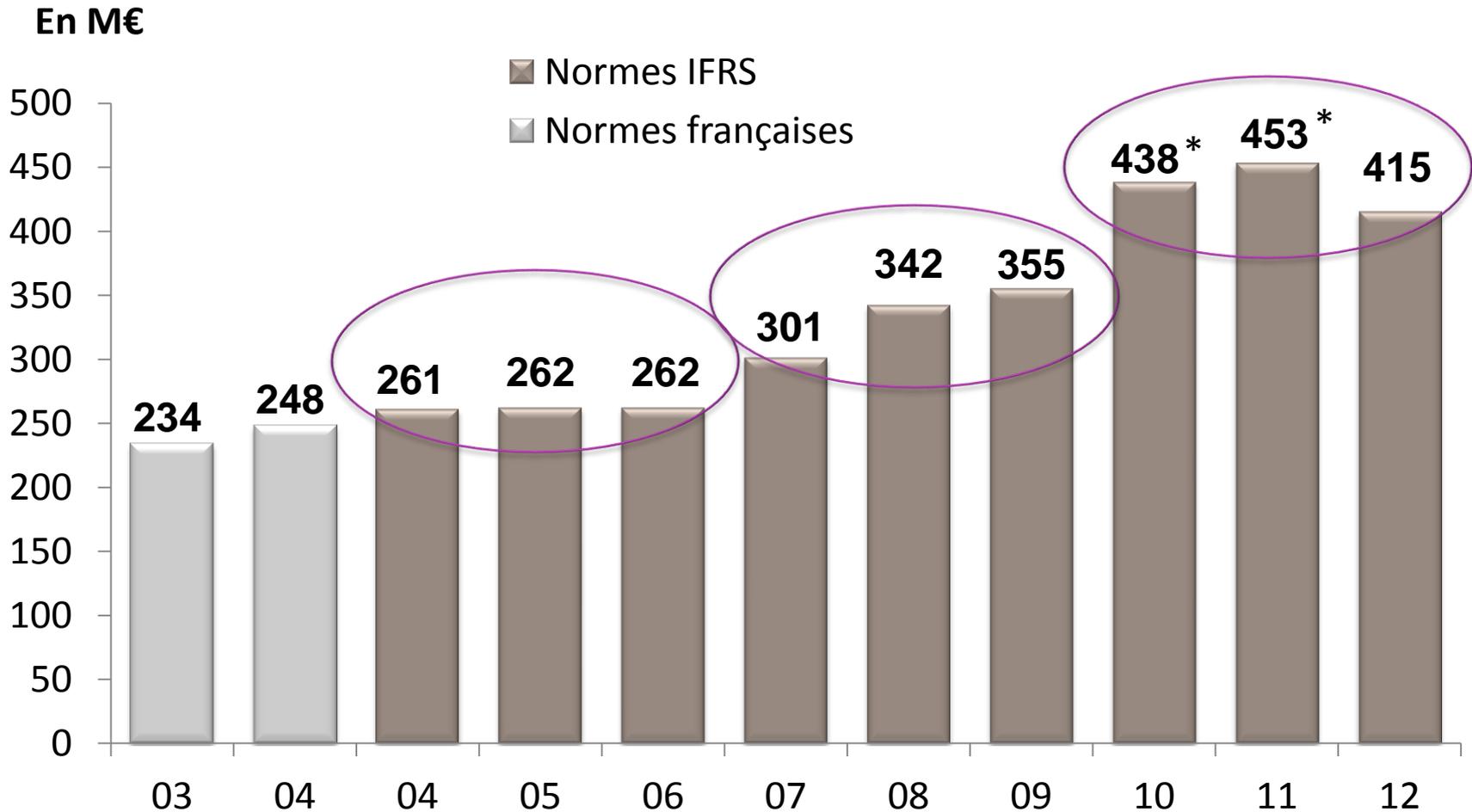
Résultat Opérationnel d'Activité (ROPA)

M €	2010*	2011*	2012	△
Ventes	3 652	3 963	4 060	+ 2 %
Frais opérationnels	3 214	3 510	3 645	
ROPA	438	453	415	- 8 %
<i>MOP</i>	12,0 %	11,4 %	10,2 %	

% calculés sur chiffres non arrondis

* Chiffres publiés / non retraités de l'IAS 19 révisée en 2012

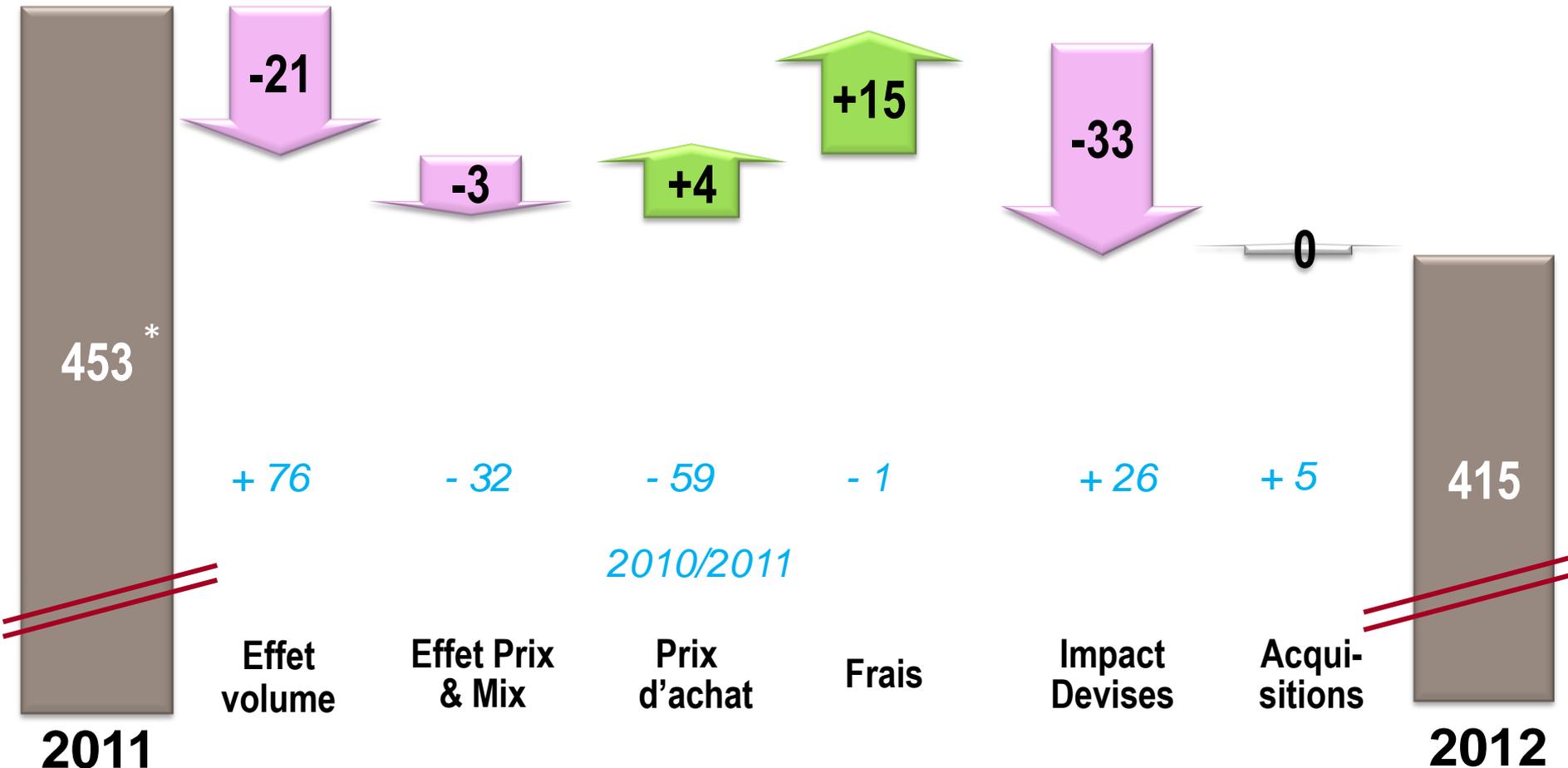
Evolution du ROPA depuis 2003



* Chiffres publiés / non retraités de l'IAS 19 révisée en 2012

Construction du ROPA

En M€



* Chiffres publiés / non retraités de l'IAS 19 révisée en 2012

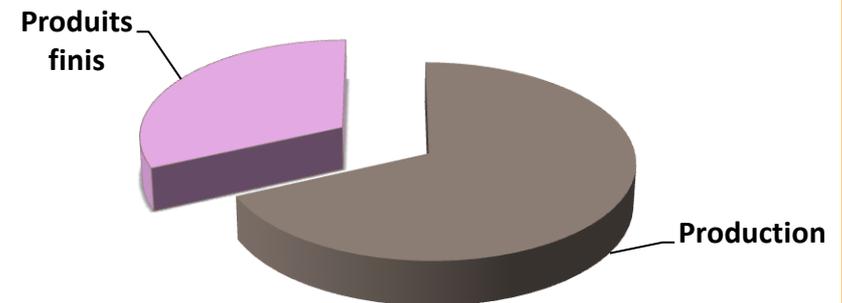
Point sur les achats industriels

Indice d'achat 2012

→ **Matières premières** : - 1%

→ **Produits sourcés** : + 2%

2012 = 1,7 mrd €



Moyens moteurs : Investissements Innovation

M€	2010	2011	2012
Frais R&D	70	74	82
Marketing stratégique	54	56	59
TOTAL	124	130	141

Moyens moteurs : Investissements marketing et publicitaires

M€	2010	2011	2012
Marketing opérationnel	151	159	174
Publicité	143	128	103
TOTAL	294	287	277

Coopération commerciale et promotions consommateurs	74	77	87
---	----	----	----

Résultat d'exploitation

M€	2010*	2011*	2012	△
Résultat opérationnel d'activité	438	453	415	- 8 %
Intéressement et participation	(50)	(44)	(48)	
Autres produits et charges d'exploitation	(39)	(9)	1	
Résultat d'exploitation	349	400	368	- 8 %
<i>en % des ventes</i>	9,6 %	10,1 %	9,1%	

* Chiffres publiés / non retraités de l'IAS 19 révisée en 2012

Détail des Autres Produits et Charges

M€	2010	2011	2012
Charges de restructuration	(14)	(6)	(2)
Provisions dépréciation d'actifs	(19)	(13)	0
Autres	(6)	10	3
TOTAL	(39)	(9)	1

Résultat net

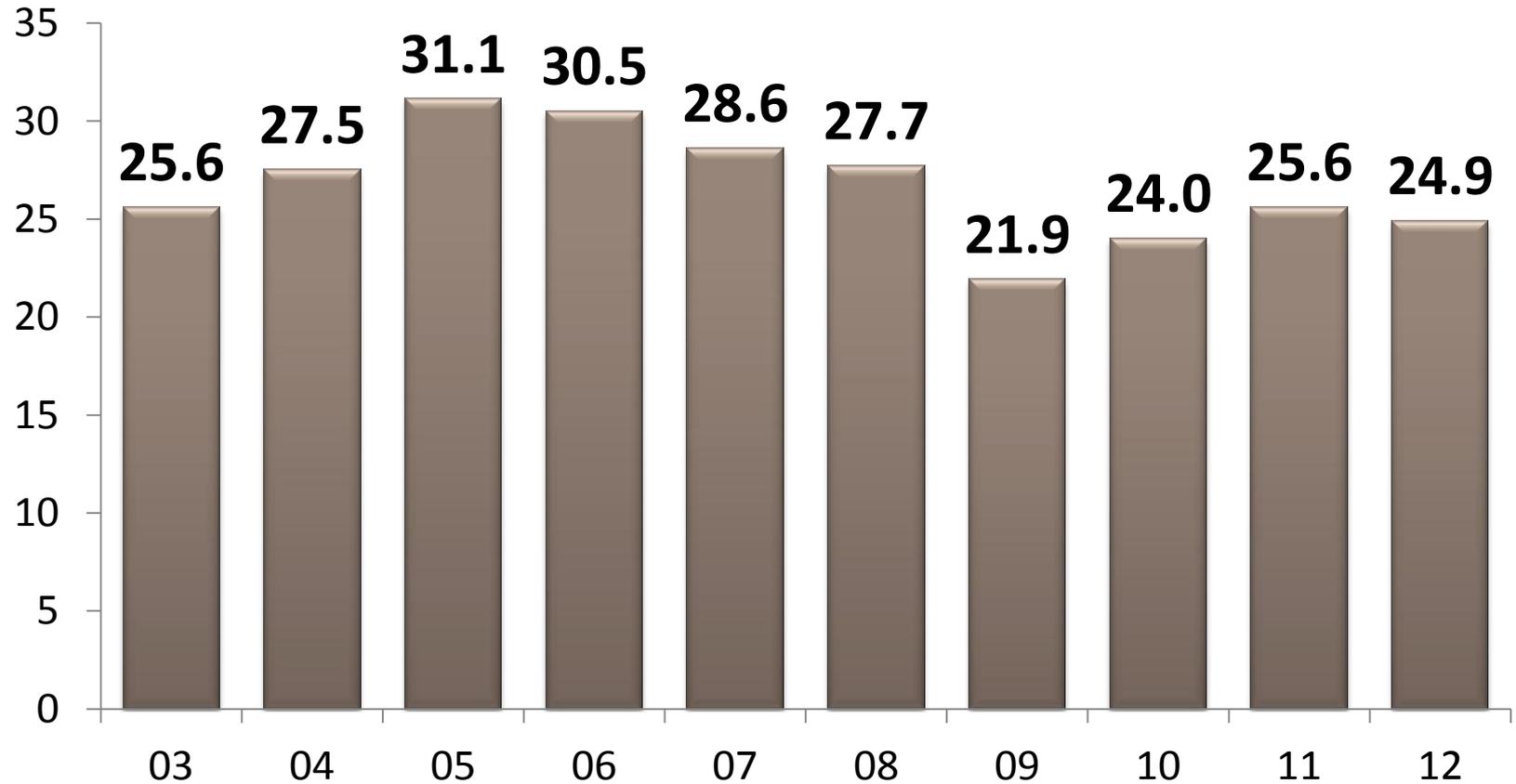
M€	2010*	2011*	2012	△
Résultat d'exploitation	349	400	368	- 8 %
Charges financières / dettes	(12)	(19)	(30)	
Autres charges financières	(4)	(8)	(33)	
Impôt	(90)	(112)	(94)	
Intérêts Minoritaires	(23)	(26)	(17)	
Résultat net part du Groupe	220	235	194	- 17 %

Bilan simplifié

M€	31/12/2011*	31/12/2012
Actifs à financer		
Actif immobilisé	1 453	1 434
BFR d'exploitation	1 014	1 009
Total des actifs à financer	2 467	2 443
Financés par		
Fonds propres	1 362	1 462
Provisions	162	216
Autres actifs et passifs court terme	270	209
Dette financière nette	673	556
Total des financements	2 467	2 443

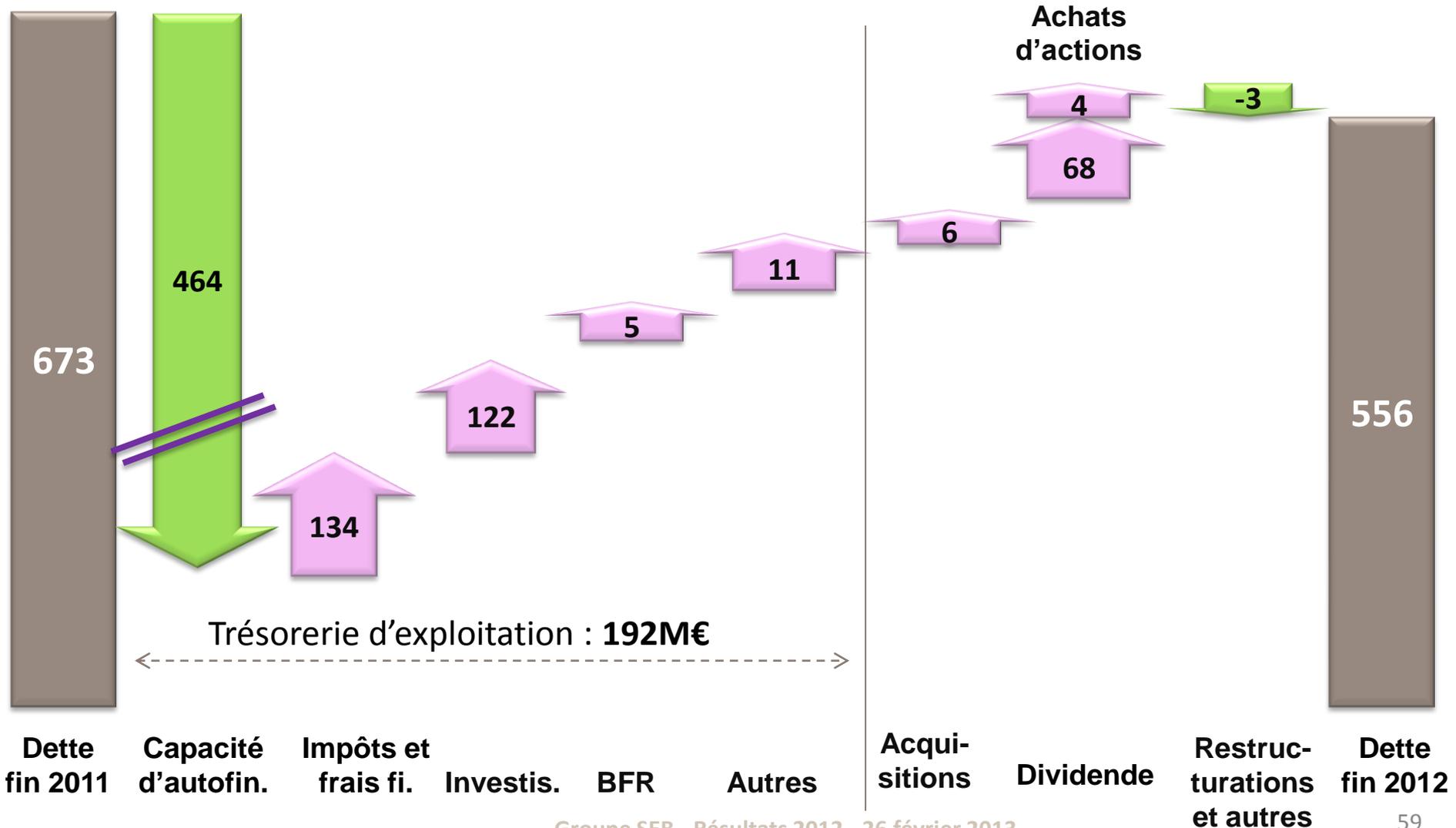
* Chiffres publiés / non retraités de l'IAS 19 révisée en 2012

BFR d'exploitation en % des ventes

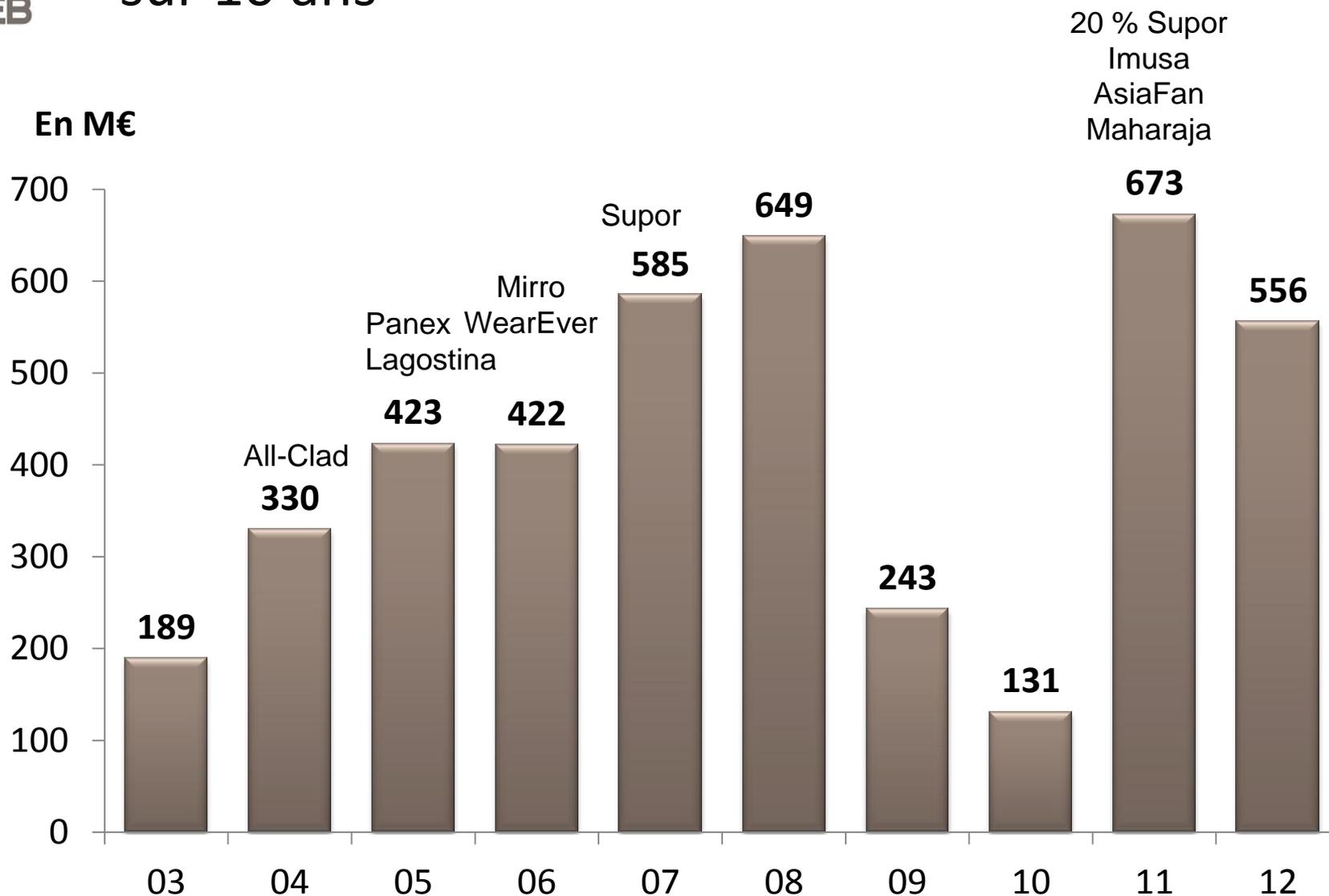


NB : 2003 en normes françaises, IFRS à partir de 2004

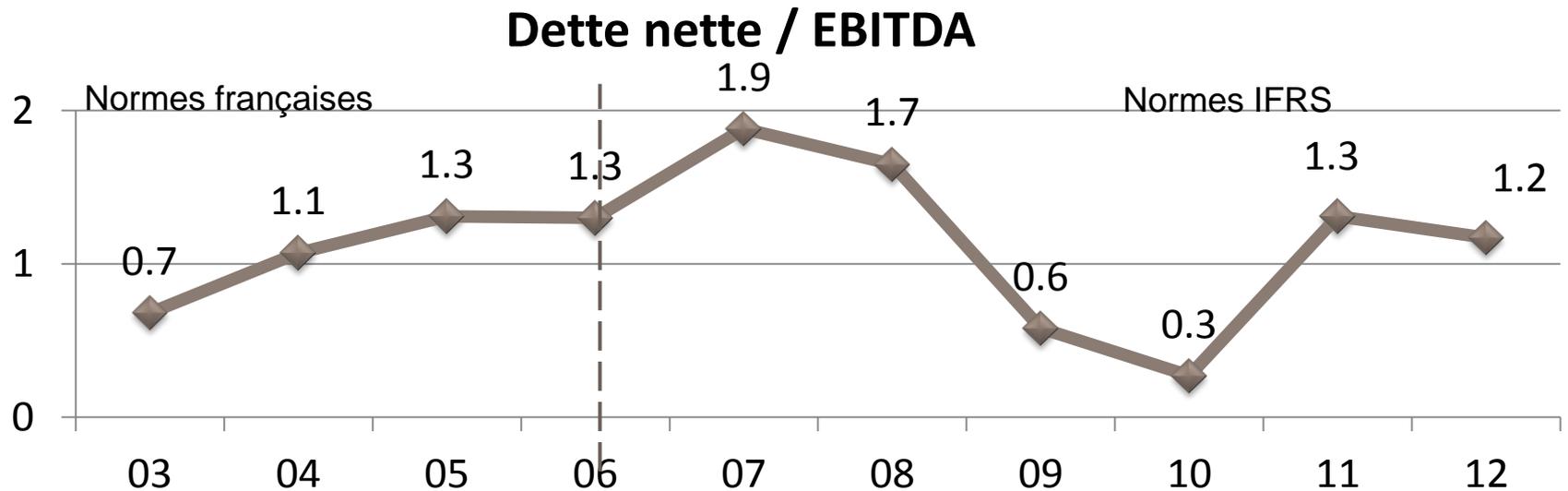
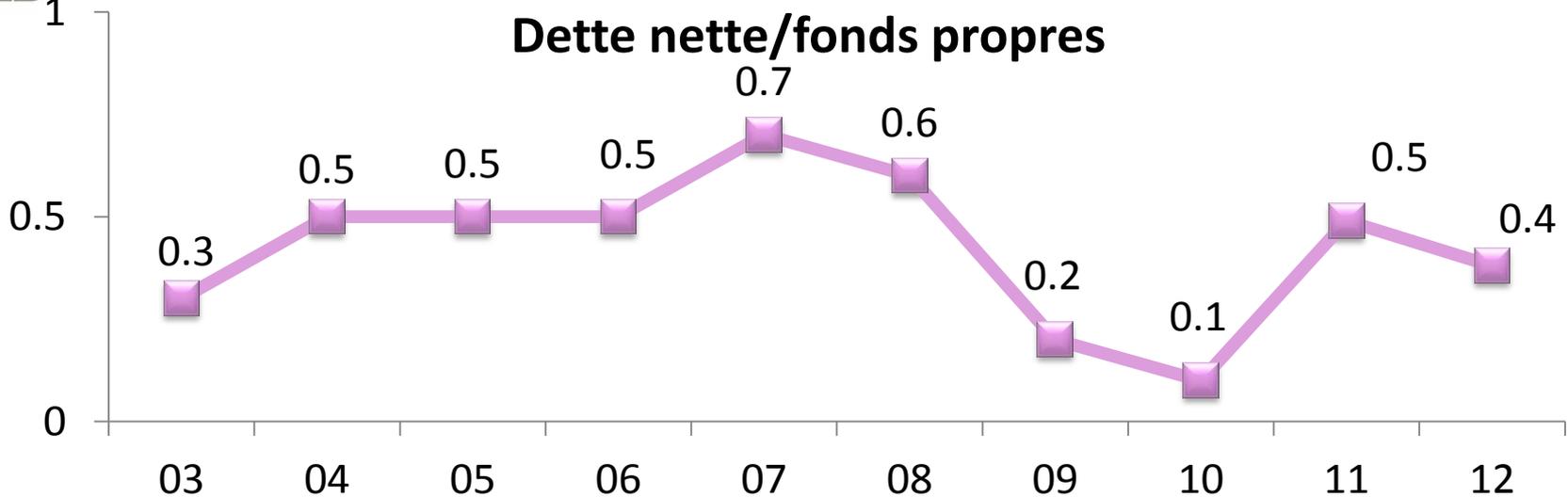
Détail de l'évolution de l'endettement net



Evolution de l'endettement financier net sur 10 ans



Ratios d'endettement au 31/12



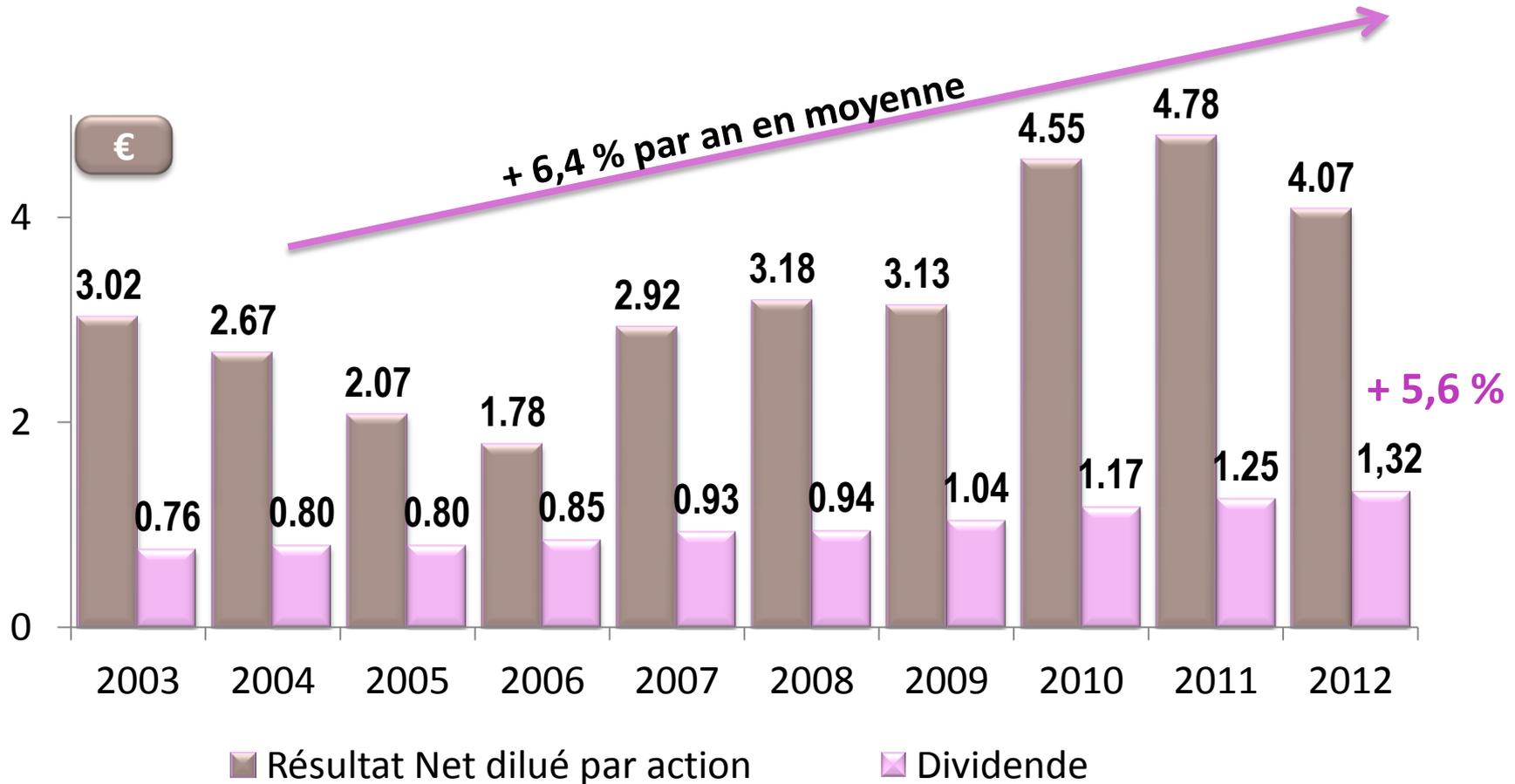
Conclusion

- ❖ Des performances qui restent fermes
 - Dans un contexte de crise mondiale
 - Au vu d'historiques 2010 et 2011 élevés

- ❖ Une bonne génération de trésorerie
 - Une situation financière saine

- ❖ Un Groupe solide et serein

Une progression régulière du dividende



Chiffres recalculés suite à la division du nominal

INTRODUCTION

4 – 7

FAITS MARQUANTS DE L'ANNEE

8 – 20

ACTIVITE ET RESULTATS 2012

21 – 63

PERSPECTIVES 2013

64 – 75

Notre vision des marchés en 2013

Alena

- Croissance molle aux US

Europe Centrale, Russie, Turquie, Moyen-Orient...

- Ralentissement de la croissance

Europe Occidentale

- Dégradation en France
- Pas de reprise en Europe

Chine

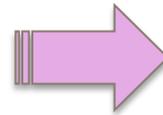
- Reprise progressive du marché PED

Latam

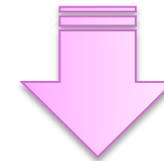
- Encore des incertitudes
- Enjeu sur la parité BRL/USD

Actions et objectifs 2013

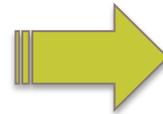
- ❖ Solide dynamique produits
- ❖ Offensive en programmes de fidélisation en Europe
- ❖ Moyens publicitaires intensifiés
- ❖ Accélération dans le digital



Objectif
Légère croissance organique
Consolidation des PDM
Groupe



- ❖ Efficience industrielle
- ❖ Pilotage des frais



Objectif
Préservation du ROPA

Produits 2013

Just



8 à 13,53€ en fonction
du diamètre

Pays prioritaires

Monde

❖ Offre tactique d'entrée de
gamme

❖ Premier prix

Gamme Ceram Induction



Poêle = 34,90€

Faitout = 54,90€

Pays prioritaires

Monde

❖ Entrée sur le segment
Céramique

✓ Email et Induction

✓ Thermospot

Produits 2013

Cookeo



249,00€

Pays prioritaires

France, Belgique,
Russie
Espagne, Portugal
Australie...

❖ Développement du segment
du fait maison

❖ Déploiement international
progressif

❖ France : lancement de la V2,
avec port USB (ajout de recettes)

Soup and Co



229,99€

Pays prioritaires

France, Portugal,
Belgique, Espagne,
Moyen Orient,
Australie, Allemagne
Scandinavie...

❖ Développement du segment
blender chauffant

❖ Déploiement international
progressif

Produits 2013

Extrem' Air Motion



4 modèles

De 399,00€ à 549,00€

Pays prioritaires

France,
Espagne
Italie

❖ Entrée sur le segment des
aspirateurs robots

FreeMove



99 - 109 €

Pays prioritaires

France, Japon, Corée,
Allemagne, Italie, UK,
Espagne, Belgique
Russie, Turquie,
Australie, Alena...

❖ Ouverture d'une nouvelle
catégorie pour le Groupe : le fer
sans fil

❖ Déploiement international

Produits 2013

Pro Express Total
Auto Control



3 modèles
De 279€ à 329 €

Pays prioritaires

France, Belgique,
Allemagne, UK,
Suisse, Pays-Bas,
Turquie, Russie,
Pologne, Thaïlande,
Australie...

- ❖ 3 modèles avec fonctionnalités évolutives pour couvrir les attentes consommateurs/utilisateurs

Faciclic Plus
Samurai



De 39 € à 45 €

Pays prioritaires

Colombie, Brésil,
Mexique

- ❖ Facile à nettoyer



- ❖ Système de fermeture sécurisé (*secure lock*)



Produits 2013

MasterChef compact



159,00€ à 199,00€

Pays prioritaires

France, Belgique,
Italie, Espagne
UK, Allemagne,
Moyen Orient,
Europe de l'Est...

- ❖ Renforcement dans le segment des préparateurs culinaires
- ❖ Déploiement international



Infiny Press Revolution
249,99€

Pays prioritaires

France et Europe,
Russie, Brésil,
Proche et Moyen-
Orient, Etats-Unis

- ❖ Presse-fruits tripode à vis → jus de fruits maison
- ❖ Développement du segment nutrition saine : +35% jus de fruits, +30% vitamine C vs centrifugeuse classique
- ❖ Silencieux (70,2db)

Produits 2013

Clipso +



139 €

Pays prioritaires

France (mai)

- ❖ Renouvellement gamme autocuiseurs avec système de fermeture facile

Optigrill



129,99 GBP



Pays prioritaires

Canada,
US, UK

- ❖ Grille-viande intelligent
- ❖ Détection de l'épaisseur de la viande
- ❖ Cuisson « sur mesure » (indicateur colorimétrique) : bleu, saignant, à point, bien cuit

Produits 2013

Pressoir
SUPOR



1299 RMB

Pays prioritaire

Chine
Lancement Mars 2013

❖ Ouverture / marché des pressoirs à fruits & légumes en Chine → forte capacité d'extraction

❖ Positionnement haut de gamme

Actifry Mini



169/179€

Pays prioritaires

France et Europe

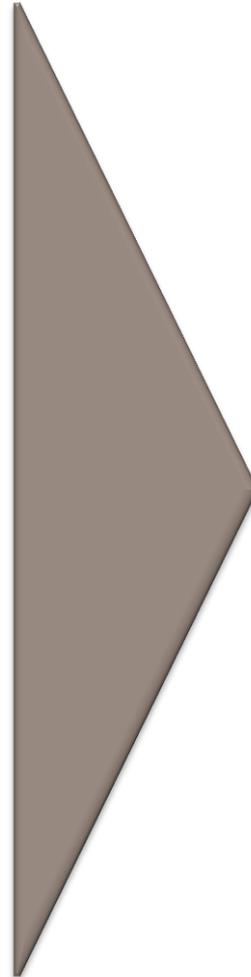
❖ 600 g de frites (vs 1kg)

❖ Plus rapide → 20 recettes réalisables en moins de 20 min

❖ Cible : célibataires, couples, familles mono-parentales

Un Groupe solide, une stratégie de long terme

- > 4 Mrds € de ventes : leader mondial
- Des positions de leader « local » dans 25 pays
- Stratégie de multi spécialiste
- Innovation
- Outil industriel puissant
- Solide génération de cash



Croissance organique

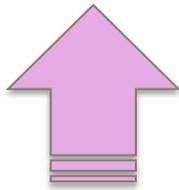
- Dynamique produits/innovation
- Développement marchés émergents
- Renforcement des positions dans les pays matures
- Ouverture de nouvelles catégories
- Essor des ventes internet
- Moyens moteurs accrus

Croissance externe

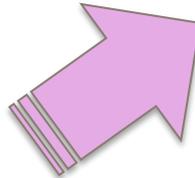
Compétitivité

PED : des perspectives de croissance multiples

Nouveaux
consommateurs

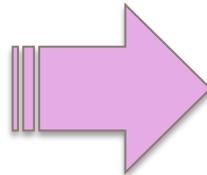


Innovation / Nouvelles catégories/
nouveaux concepts + produits
Développement de solutions/services



ACTIVITE 2012
GROUPE SEB
4 Mrds €

Fidélité des consommateurs/ marques
Développement de l'équipement
Renouvellement



Questions/Réponses





REUNION D'INFORMATION

Paris, le 26 février 2013

