

22 janvier 2020 – 18h00

Ventes provisoires 2019
- données non auditées -



1

UNE NOUVELLE ANNEE DE CROISSANCE DYNAMIQUE

- **Ventes annuelles : 7 354 M€, + 8,0 % publié et + 5,8 % en organique***
- **Ventes du 4^e trimestre : 2 240 M€, + 2,5 % publié et + 0,9 % en organique***

COMMENTAIRES GENERAUX SUR LES VENTES DU GROUPE

Le Groupe SEB a réalisé en 2019 un chiffre d'affaires de 7 354 M€, en progression de 8,0 %, incluant une croissance organique de 5,8 %, un effet devises de + 1,0 % (71 M€) et un effet périmètre de + 1,2 % (75 M€), qui reflète la consolidation de Wilbur Curtis sur 11 mois et de Krampouz sur 3 mois. Cette solide dynamique provient :

- **de ventes Grand Public en croissance ferme, de 5,2 % à tcpc**, nourrie par toutes les zones géographiques et toutes les lignes de produits ;
- **d'une Activité Professionnelle qui a poursuivi son développement rapide, à + 12,1 % à tcpc**, malgré une base 2018 exigeante.

Cette performance de qualité a été réalisée dans un environnement général compliqué et volatil. Elle constitue **la 6^e année consécutive de croissance organique supérieure à 5 %** et reflète la pertinence de la stratégie du Groupe SEB.

Le chiffre d'affaires du 4^e trimestre s'est élevé à 2 240 M€, en progression de 2,5 % avec une croissance organique de 0,9 %. Celle-ci aurait été de + 2,3 % ajustée des éléments non récurrents positifs** au Brésil au dernier trimestre 2018. La vitalité des ventes s'est maintenue en Eurasie, en Chine (croissance organique supérieure à 15 %) et dans le Café Professionnel. En revanche, l'activité s'est finalement avérée moins soutenue qu'anticipé en fin d'année en Europe occidentale, en particulier en Allemagne et en France.

* organique = à tcpc : à taux de change et périmètre constants

** reconnaissance en revenu de créances fiscales

PERSPECTIVES

Le Groupe indique que sur la base de ses ventes provisoires, il devrait réaliser en 2019 **une progression comprise entre 6 % et 6,5 % de son Résultat Opérationnel d'Activité publié.**

Par ailleurs, **l'enveloppe globale des charges non récurrentes devrait s'établir en 2019 à environ 80 M€.** Elle comprendra notamment les provisions pour restructuration de l'activité Grand Public de WMF, déjà annoncées. En outre, les investigations internes menées chez Groupe SEB Deutschland - et mentionnées dans la communication de fin octobre - ont été poursuivies et finalisées. Elles conduisent à devoir étendre aux exercices antérieurs (2018 très essentiellement) les régularisations comptables liées à des pratiques commerciales dérogatoires aux principes du Groupe, pour un montant proche de 20 M€.

DETAIL DE L'ACTIVITE PAR ZONE GEOGRAPHIQUE

Ventes en M€	2018	2019	Variation 2019/2018		T4 2019 tcdc
			Parités courantes	tcdc*	
EMEA	3 223	3 339	+ 3,6 %	+ 3,3 %	- 1,1 %
Europe occidentale	2 430	2 442	+ 0,5 %	+ 0,3 %	- 4,8 %
Autres pays	793	897	+ 13,1 %	+ 12,4 %	+ 10,7 %
AMERIQUES	887	915	+ 3,2 %	+ 2,1 %	- 9,8 %
Amérique du Nord	547	589	+ 7,8 %	+ 2,9 %	- 3,8 %
Amérique du Sud	340	326	- 4,3 %	+ 0,7 %	- 19,0 %
ASIE	2 067	2 301	+ 11,3 %	+ 9,4 %	+ 9,9 %
Chine	1 554	1 762	+ 13,3 %	+ 12,2 %	+ 15,4 %
Autres pays	513	539	+ 5,1 %	+ 1,2 %	- 2,6 %
TOTAL Grand Public	6 177	6 555	+ 6,1 %	+ 5,2 %	+ 0,4 %
Professionnel	635	799	+ 25,9 %	+ 12,1 %	+ 6,3 %
GROUPE SEB	6 812	7 354	+ 8,0 %	+ 5,8 %	+ 0,9 %

*tcdc : taux de change et périmètre constants

Chiffres arrondis en M€

% calculés sur chiffres non arrondis

COMMENTAIRES ACTIVITE GRAND PUBLIC PAR ZONE GEOGRAPHIQUE

EMEA

Ventes en M€	2018	2019	Variation 2019/2018		T4 2019 tcpc
			Parités courantes	tcpc*	
EMEA	3 223	3 339	+ 3,6 %	+ 3,3 %	- 1,1 %
Europe occidentale	2 430	2 442	+ 0,5 %	+ 0,3 %	- 4,8 %
Autres pays	793	897	+ 13,1 %	+ 12,4 %	+ 10,7 %

EUROPE OCCIDENTALE

Le Groupe a enregistré en 2019 un chiffre d'affaires en très légère progression sur la zone, accélérant la croissance de ses ventes en e-commerce, réalisant de belles performances dans son réseau de magasins Home & Cook et développant l'activité WMF. La fin d'année a cependant été en retrait sensible, avec des situations hétérogènes selon les pays.

En France, les ventes annuelles sont stables à l'issue d'un 4e trimestre qui s'est avéré plus compliqué que prévu, en dépit d'un historique 2018 faible. Dans un marché tendu et impacté par les grèves en décembre, l'activité a été affectée par des reports de commandes ou de réassorts de certains distributeurs. Les difficultés se sont concentrées sur le PEM - malgré le succès confirmé des aspirateurs versatiles, machines expresso automatiques, défroisseurs ou Cake Factory - tandis que les ventes d'articles culinaires bénéficiaient d'une très solide dynamique au 4e trimestre, nourrie notamment par un programme de fidélisation.

En Allemagne, le chiffre d'affaires 2019 est en repli, pénalisé par la mise en conformité des pratiques commerciales de Groupe SEB Deutschland avec les principes du Groupe. Hors ces régularisations, et dans un marché tendu, l'activité est restée stable grâce aux articles culinaires, à Optigrill, Cook4me, etc.

Dans les autres pays européens, l'activité du 4e trimestre a été contrastée : baisse marquée aux Pays-Bas sur un historique élevé (LP en 2018), malgré un fort développement en aspirateurs et machines à café expresso automatiques ; stable en Espagne, en dépit de bonnes performances en partenariat café et en soin de la personne ; progression au Royaume-Uni ainsi qu'en Italie, où la dynamique est portée en particulier par le soin du linge et Optigrill ; croissance robuste en Belgique, grâce notamment à un programme de fidélisation en articles culinaires Lagostina.

AUTRES PAYS EMEA

Le Groupe a réalisé sur la zone une très belle année, avec des ventes en croissance organique de 12,4 % (+ 10,7 % au 4e trimestre), nourrie par la quasi-totalité des pays. A une demande en plein essor s'est ajoutée la poursuite de la politique énergique du Groupe, structurée autour de la dynamique produits (nouveau, extension de l'offre), de partenariats forts avec de grands comptes clés, d'une présence intensifiée en e-commerce, du développement du Retail Groupe et de WMF. Nos avancées se sont concrétisées par de nouveaux gains de parts de marché en Eurasie.

Si l'ensemble des lignes de produits a contribué à la vitalité de l'activité, les principaux moteurs de croissance ont été les innovations et les produits champions : aspirateurs versatiles Air Force Flex et robots, Optigrill, machines à café expresso automatiques (notamment le modèle Evidence), défroisseurs et IXEO, articles culinaires Ingenio...

La Russie a été le premier moteur de croissance de la zone, alimenté par l'ensemble des catégories, avec à la clé le renforcement de notre leadership en petit électroménager. En parallèle, la dynamique est restée très forte en Europe Centrale notamment en Pologne ainsi qu'en Ukraine, où le Groupe est devenu leader en PEM.

En Turquie, dans un environnement toujours très volatil, nous maintenons globalement nos positions en capitalisant notamment sur nos succès en articles culinaires (Titanium, Ingenio). La base de comparaison favorable de 2018 permet néanmoins d'afficher une croissance organique à deux chiffres sur le dernier trimestre.

Enfin, au Moyen-Orient, le Groupe a renoué avec la croissance en Arabie Saoudite après deux années très difficiles et poursuit ses avancées en Egypte.

AMERIQUES

Ventes en M€	2018	2019	Variation 2019/2018		T4 2019 tcdc
			Parités courantes	tcdc*	
AMERIQUES	887	915	+ 3,2 %	+ 2,1 %	- 9,8 %
Amérique du Nord	547	589	+ 7,8 %	+ 2,9 %	- 3,8 %
Amérique du Sud	340	326	- 4,3 %	+ 0,7 %	- 19,0 %

AMERIQUE DU NORD

Le Groupe a réalisé en 2019 une progression de ses ventes favorisée par un environnement monétaire globalement propice depuis le début de l'année pour les 3 devises de la zone. A l'issue d'un 4e trimestre en repli de 3,8% à tcdc, la croissance organique annuelle s'établit à + 2,9 %, avec des situations contrastées entre les 3 pays de la zone.

Aux Etats-Unis dans un environnement de distribution toujours très tendu, l'activité est quasiment stable sur l'année mais en recul au 4e trimestre à taux de change et périmètre constants. La progression des ventes en soin du linge, alimentée notamment par l'élargissement de la distribution des produits Rowenta initiée au 3e trimestre, n'a pas permis de compenser un retrait en articles culinaires sur la fin de l'exercice. Pour autant, sur l'année, dans un marché difficile, le Groupe signe une performance satisfaisante, marquée par un renforcement de ses positions concurrentielles en articles culinaires et en soin du linge. On mentionnera que la signature d'un premier accord commercial avec la Chine a partiellement allégé les hausses de tarifs douaniers intervenues depuis septembre sur les Articles culinaires et le PEM.

Au Canada, à l'instar des Etats-Unis, le contexte de distribution et de consommation a été tendu sur l'ensemble de l'année. La poursuite d'une opération commerciale démarrée au 3e trimestre a toutefois permis de réaliser une robuste croissance des ventes.

Au Mexique, le Groupe a enregistré un chiffre d'affaires record au 4e trimestre, porté à la fois par l'activité courante et par un programme de fidélisation en articles culinaires et ustensiles avec l'un de nos comptes clés.

AMERIQUE DU SUD

On rappellera que la lecture de l'évolution de nos ventes pour cette zone est perturbée par la reconnaissance de créances fiscales au Brésil : +32 M€ au 4e trimestre 2018 et +8 M€ au 3e trimestre 2019. Hors ces éléments non récurrents, la croissance des ventes à taux de change et périmètre constants en Amérique du Sud serait de 8,7 % au 4e trimestre et de 8,3 % sur l'année 2019. De fait, les ventes publiées en sur la zone restent pénalisées par la dépréciation continue du real et des pesos colombien et argentin.

Au Brésil, en excluant l'effet positif susmentionné, le Groupe a réalisé une croissance organique de son chiffre d'affaires de près de 5 % au 4e trimestre et de plus de 10 % sur l'ensemble de l'exercice. Sur le dernier trimestre, la dynamique des ventes a été portée par les articles culinaires (bonne performance, notamment, des autocuiseurs) ainsi que par certaines familles de produits de petit électroménager : friteuses « sans huile », grills, Dolce Gusto, machines à laver, ventilateurs...

En Colombie, le Groupe a terminé l'année sur une solide dynamique, tirée notamment par les articles culinaires - grâce à une forte activation marketing en points de vente -, les ventilateurs, et par la poursuite du déploiement commercial des friteuses « sans huile ».

Ventes en M€	2018	2019	Variation 2019/2018		T4 2019 tcdc
			Parités courantes	tcdc*	
ASIE	2 067	2 301	+ 11,3 %	+ 9,4 %	+ 9,9 %
Chine	1 554	1 762	+ 13,3 %	+ 12,2 %	+ 15,4 %
Autres pays	513	539	+ 5,1 %	+ 1,2 %	- 2,6 %

CHINE

L'année 2019 a été marquée par une croissance économique chinoise plus modérée et par la guerre commerciale avec les Etats-Unis. Dans un contexte de consommation ralenti, Supor a maintenu une solide dynamique de ses ventes, sur la base d'un historique élevé : à tcdc, elles ont progressé de 12,2 % sur l'année et de 15,4 % au 4^e trimestre. La vitalité du dernier trimestre est à mettre au compte d'une activité courante soutenue et du *sell-in* lié au Nouvel An chinois (25 janvier 2020). Elle a permis à Supor de continuer à surperformer le marché et de conforter ses positions concurrentielles dans la très grande majorité des lignes de produits.

C'est le cas en Articles culinaires et accessoires de cuisine, où la croissance est restée très ferme, alimentée en particulier par les woks (nouveaux modèles), les casseroles et les mugs isothermes (extension continue de la gamme et élargissement de l'offre à de nouvelles cibles de consommateurs).

C'est également le cas en petit électroménager, où Supor a globalement poursuivi ses gains de parts de marché. L'accélération de la croissance au 4^e trimestre est portée par l'électrique culinaire avec une dynamique particulière pour les cuiseurs à riz, les blenders à grande vitesse, les bouilloires « *health pots* », les grills et *baking pans*... Dans les nouvelles catégories, la poursuite de la croissance robuste s'est appuyée notamment sur les défroisseurs, les aspirateurs et les purificateurs d'air. En équipement fixe de cuisine, l'activité vigoureuse a été nourrie par l'essor très rapide des ventes de purificateurs d'eau.

AUTRES PAYS D'ASIE

En Asie hors Chine, à l'issue d'un 4^e trimestre en baisse de 2,6 % à taux de change et périmètre constants, le Groupe affiche sur l'année une légère croissance organique de ses ventes.

Au Japon, il réalise une belle année, avec des ventes en yen en progression solide. Pour autant, comme prévu, l'activité du 4^e trimestre a été en repli, freinée par les achats d'anticipation qui ont précédé l'augmentation de la TVA du 1^{er} octobre. Corrigée de cet effet, la performance reste tirée par les produits emblématiques (articles culinaires, bouilloires, défroisseurs...) et par le développement continu du réseau de magasins en propre ; à fin 2019, après l'ouverture de 2 nouveaux T-Fal stores, le Groupe comptait 39 magasins dans le pays.

En Corée du Sud, dans un environnement de consommation difficile, marqué par la guerre tarifaire avec le Japon, le chiffre d'affaires est en retrait sur l'année. Le Groupe a cependant stabilisé les ventes au 4^e trimestre grâce à une activité ferme en articles culinaires, aspirateurs et défroisseurs, portée principalement par le e-commerce.

Dans les autres pays, les situations sont variées : confirmation du retour à la croissance en Australie, malgré un mois de décembre pénalisé par l'impact des incendies ; dynamique toujours solide en Thaïlande ; accélération du développement en Malaisie ; performances en revanche plus mitigées à Singapour et Hong Kong, et ventes en baisse marquée au Vietnam.

COMMENTAIRES ACTIVITE PROFESSIONNELLE

Ventes en M€	2018	2019	Variation 2019/2018		T4 2019 tcpu
			Parités courantes	tcpu*	
Professionnel	635	799	+ 25,9 %	+ 12,1 %	+ 6,3 %

Avec une progression de 12,1% à taux de change et périmètre constants, l'activité professionnelle du Groupe réalise une nouvelle année très dynamique, sur un historique pourtant élevé (+14% en 2018). On rappellera qu'au-delà de cette robuste croissance organique, l'activité professionnelle intègre en 2019 la contribution de Wilbur Curtis (71 M€), société américaine spécialisée dans les machines à café filtre professionnelles, consolidée depuis le 8 février 2019. Son intégration conduit à une progression des ventes publiées de 25,9 % sur l'année.

En café professionnel (PCM), l'année 2019 a été marquée par un séquençement particulier de l'activité, contraire à celui de 2018. En effet, et pour mémoire, en 2018 les livraisons d'importants contrats signés avec des chaînes de restauration rapide, coffee shops et commerce de proximité aux Etats-Unis et en

Asie se sont concentrées au second semestre. L'exécution de ces contrats s'est poursuivie jusqu'en juin 2019. Ainsi, les ventes de machines à café WMF- Schaerer ont été en très forte progression au 1er semestre 2019, sur une base 2018 standard, et en croissance plus modérée au second semestre, sur un historique 2018 élevé. Malgré la non-récurrence de ces *deals* majeurs, le 4e trimestre, en croissance de + 7,8 %, reflète une activité courante tonique sur la fin de l'année.

En parallèle, l'intégration de Wilbur Curtis s'est poursuivie et se concrétise de façon opérationnelle. L'année 2019 a ainsi été celle de la mise en place par le Groupe d'une organisation dédiée à l'activité PCM, Seb Professional, pour optimiser sa stratégie de développement sur le marché nord-américain.

ANNEXE

DETAIL DE L'ACTIVITE PAR ZONE GEOGRAPHIQUE – 4^e TRIMESTRE

Ventes en M€	4 ^e trimestre 2018	4 ^e trimestre 2019	Variation 2019/2018	
			Parités courantes	tpc*
EMEA	1 171	1 159	- 1,0 %	- 1,1 %
Europe occidentale	894	856	- 4,2 %	- 4,8 %
Autres pays	277	303	+ 9,5 %	+10,7 %
AMERIQUES	314	285	- 9,5 %	- 9,8 %
Amérique du Nord	190	190	- 0,5 %	- 3,8 %
Amérique du Sud	124	95	- 23,4 %	- 19,0 %
ASIE	523	586	+ 12,0 %	+ 9,9 %
Chine	362	423	+ 16,8 %	+ 15,4 %
Autres pays	161	163	+ 1,1 %	- 2,6 %
TOTAL Grand Public	2 008	2 030	+ 1,1 %	+ 0,4 %
Professionnel	176	210	+ 18,8 %	+ 6,3 %
GROUPE SEB	2 184	2 240	+ 2,5 %	+ 0,9 %

*tpc : taux de change et périmètre constants

Chiffres arrondis en M€

% calculés sur chiffres non arrondis

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

PEM

Petit électroménager : électrique culinaire et soin de la maison, du linge et de la personne

PCM (Professional Coffee Machines)

Machines à café professionnelles

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 de Référence déposé chaque année à l'AMF.

Conférence téléphonique avec le management le 22 janvier à 18h CET.

Numéros :

Depuis la France : +33 (0) 1 72 72 74 03 - PIN : 40864029#

Depuis l'étranger : +44 20 7194 3759 - PIN: 40864029

Retrouvez l'audiocast et la présentation sur notre site internet en réécoute le 22 janvier à partir de 21 h : sur www.groupeseb.com ou [cliquez ici](#)

Prochains évènements - 2020

10

27 février avant bourse	Ventes et résultats 2019
27 avril après Bourse	Ventes et informations financières T1 2020
19 mai 15h00	Assemblée Générale
23 juillet avant bourse	Ventes et Résultats S1 2020
26 octobre après bourse	Ventes et informations financières 9 mois 2020

Investisseurs / Analystes

Groupe SEB
Direction Communication Financière et IR

Isabelle Posth et Raphaël Hoffstetter

comfin@groupeseb.com

Tél. +33 (0) 4 72 18 16 04

Presse

Groupe SEB
Direction de la Communication Corporate

Cathy Pianon

com@groupeseb.com

Tél. + 33 (0) 6 33 13 02 00

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, le Groupe SEB déploie son activité en s'appuyant sur un portefeuille de 30 marques emblématiques (Tefal, Seb, Rowenta, Moulinex, Krups, Lagostina, All-Clad, WMF, Emsa, Supor...), commercialisées à travers une distribution multi format. Vendant plus de 350 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 7,3 milliards d'euros en 2019 et emploie plus de 34 000 collaborateurs.

SEB SA ■

SEB SA - N° RCS 300 349 636 RCS LYON – capital 50 307 064 € TVA intracommunautaire : FR 12300349636