

“ Madame, Monsieur,
Chers actionnaires,

Tout d'abord, dans le contexte de crise inédite que traverse le monde aujourd'hui, je tiens à vous assurer de l'engagement total de la Direction générale et de l'ensemble des équipes du Groupe pour surmonter les difficultés auxquelles nous avons dû et devons encore faire face. Dès le début, notre priorité absolue a été la santé et la sécurité de nos collaborateurs ; nous avons pris toutes les mesures nécessaires et avons adapté notre organisation du travail en conséquence. Nous avons en particulier fermé temporairement la grande majorité de nos usines dans le monde. Celles-ci ont désormais presque toutes redémarré depuis.

La crise liée au Covid-19 a affecté tous les principaux marchés du Groupe. Si la Chine, premier marché touché, montre désormais des signes d'amélioration sensible, l'épidémie s'est répandue en Europe occidentale et sur le continent américain, entraînant mesures de distanciation physique, confinement, fermetures de frontières, d'espaces publics, de magasins, avec un impact majeur sur notre activité et nos performances... L'ampleur et la complexité de cette crise sanitaire sans précédent ainsi que les incertitudes significatives concernant la sortie de crise ne permettent pas d'en quantifier précisément les impacts sur l'ensemble de l'exercice, mais le chiffre d'affaires et le Résultat Opérationnel d'Activité 2020 seront en baisse marquée.

Dans ce contexte, le Conseil d'administration du 8 avril a décidé, à titre exceptionnel et dans une optique de solidarité et de responsabilité envers toutes les parties prenantes et de préservation des ressources du Groupe, de réduire d'un tiers, par rapport au dividende versé en 2019, le montant aux actionnaires en 2020 au titre de l'exercice 2019. Cette proposition a été entérinée par l'Assemblée générale du 19 mai dernier. Nous sommes bien conscients de l'effort que cette baisse, inédite, représente pour les actionnaires dans un environnement boursier déjà compliqué, mais celui-ci nous a semblé indispensable.

Les dirigeants mandataires sociaux réduiront leur rémunération versée en 2020, conformément à la recommandation publiée par l'AFEP le 29 mars dernier (réduction de 25 % au prorata de la durée d'application en 2020 des mesures du chômage partiel), et le Conseil d'administration a décidé de réduire sa rémunération annuelle due en 2020 dans les mêmes conditions.

Je reste confiant dans la solidité de notre modèle stratégique pour surmonter ensemble ces temps difficiles. Je vous souhaite le meilleur ainsi qu'à vos proches en attendant de nous retrouver très prochainement.

Je vous remercie de votre confiance et de votre fidélité.



Thierry de La Tour d'Artaise

Thierry de La Tour d'Artaise
Président-Directeur Général

Sommaire

2019, ENCORE UNE BELLE ANNÉE

PAGES 2_5

CHIFFRE
D'AFFAIRES
7 354 M€
+8,0 %
+5,8 % à tpc*

RÉSULTAT OPÉRATIONNEL
D'ACTIVITÉ
740 M€
+6,5 %
+4,7 % à tpc*

RÉSULTAT NET
380 M€
-9,4 %

DETTE NETTE
1 997 M€
Dont 334 M€ d'IFRS 16

* tpc = taux de change et périmètre constants.

ACTUALITÉS DU GROUPE

PAGES 6_7



ÉDITION SPÉCIALE ACTIONNAIRES

PAGE 8

VENTES 2019, DE BONNES PERFORMANCES SUR UN HISTORIQUE ÉLEVÉ

Le Groupe SEB a réalisé en 2019 des performances de qualité, dans un environnement général difficile et volatil. À 7 354 M€, le chiffre d'affaires est en progression de 8,0 %, incluant une croissance organique de 5,8 %, un effet devises de + 1,0 % et un effet périmètre de + 1,2 %, qui reflète la consolidation de Wilbur Curtis sur onze mois et de Krampouz sur trois mois.

Cette solide dynamique provient :

- de ventes Grand Public en croissance ferme, de 5,2 % à taux de change et périmètre constants, 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.

en chiffres

En 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 ont été stables, à l'issue d'un quatrième trimestre plus compliqué qu'anticipé du fait des grèves. Malgré le succès continu de certains produits phares (aspirateurs versatiles, machines expresso automatiques...), le petit électroménager a été particulièrement touché, tandis que les Articles culinaires ont bénéficié d'une solide dynamique.

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 a été contrastée, avec notamment une croissance en **Italie**, **Belgique** et **Espagne**, mais un retrait des ventes aux **Pays-Bas** (sur un historique élevé) et au **Royaume-Uni**.

Dans les autres pays d'EMEA, le Groupe a réalisé une très belle année, avec des ventes en croissance organique de 12,4 %, nourrie par la quasi-totalité des pays, avec une mention spéciale pour **l'Europe centrale**, **la Russie** et **l'Ukraine**. À une demande en plein essor s'est ajoutée la poursuite de la politique énergétique du Groupe, structurée autour de la dynamique produits, 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**.

Les principaux moteurs de croissance ont été les innovations et les produits champions tels que les aspirateurs versatiles et robots, Optigrill, les machines expresso automatiques, les défroisseurs et IXEO, ou encore les Articles culinaires Ingenio.

En Amérique du Nord, les ventes sont en croissance organique de +2,9 %, avec des situations contrastées entre les trois pays de la zone.

Aux **États-Unis**, dans un environnement de distribution toujours très tendu, l'activité a été quasiment stable sur l'année, à taux de change et périmètre constants. La progression des ventes en Soins du linge, alimentée notamment par l'élargissement de la distribution des produits Rowenta, n'a pas permis de compenser un retrait en Articles culinaires sur la fin de l'exercice. Pour autant, dans un marché difficile, le Groupe a renforcé ses positions concurrentielles sur les deux segments de marché. On mentionnera, en outre, 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 États-Unis, le contexte de distribution et de consommation a été tendu en 2019, mais le Groupe a néanmoins réalisé une robuste croissance de son chiffre d'affaires.

Au **Mexique**, la solide dynamique des ventes a été portée 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.

En Amérique du Sud, les ventes 2019 publiées sont pénalisées par la dépréciation continue des devises (real, pesos colombien et argentin) et par l'effet d'une reconnaissance de créances fiscales au Brésil qui avait « inflaté » les ventes 2018 de 32 M€ (contre 8 M€ en 2019). Hors ces éléments non récurrents, la croissance organique des ventes en Amérique du Sud serait de 8,3 % sur l'exercice.

Au **Brésil**, en excluant l'effet positif susmentionné, la progression du chiffre d'affaires 2019 à tcpc excéderait 10 % avec un *momentum* favorable en Articles culinaires, en friteuses « sans huile », grills, Dolce Gusto, machines à laver, ventilateurs, etc.

En Colombie, le Groupe a terminé l'année sur une solide dynamique, tirée notamment par les Articles culinaires, les ventilateurs, et par la poursuite du déploiement commercial des friteuses « sans huile ».

En Chine, l'année 2019 a été marquée par une croissance économique plus modérée et par la guerre commerciale avec les États-Unis. Dans un contexte de consommation ralenti, **Supor** a maintenu une solide dynamique de ses ventes, sur la base d'un historique élevé : à tpcp, elles ont progressé de 12,2 %. À + 15,4 %, le 4^e trimestre a été tonique, alimenté par une activité courante soutenue et du *sell-in* lié au Nouvel An chinois (25 janvier 2020). De fait, **Supor** a continué en 2019 à surperformer le marché et à 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, avec une accélération de la croissance au 4^e trimestre, portée par l'électrique culinaire (cuiseurs à riz, blenders à grande vitesse, bouilloires « *health pots* », grills, baking pans...). Dans les nouvelles catégories, la poursuite du développement robuste s'est notamment appuyée 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.

Dans les autres pays d'Asie, le Groupe affiche en 2019 une légère croissance organique de ses ventes.

Au **Japon**, les ventes en yen sont en progression ferme à l'issue toutefois d'un 4^e trimestre en repli, freiné par les achats d'anticipation qui ont précédé l'augmentation de la TVA du 1^{er} octobre. Contribuant à la solide performance, les produits emblématiques (Articles culinaires, bouilloires, défroisseurs...) ainsi que le développement continu du réseau de magasins en propre (39 magasins à fin 2019).

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.

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**.

Professionnel

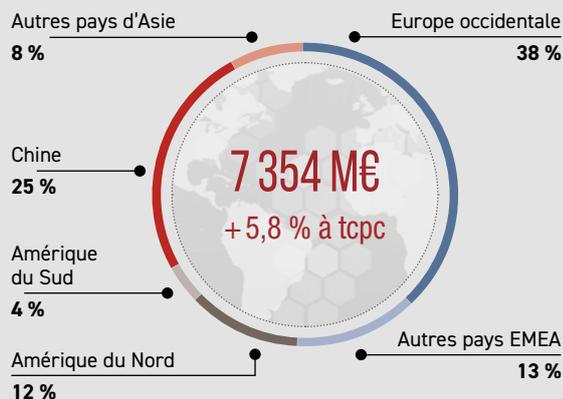
Avec une progression de 12,1 % à tpcp, l'activité professionnelle du Groupe a réalisé une nouvelle année très dynamique sur un historique pourtant élevé (+ 14 % en 2018). On rappellera qu'au-delà de cette robuste croissance organique, l'activité professionnelle intègre en 2019 la contribution de **Wilbur 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, machines à café **WMF** et **Schaerer**), à l'instar de 2018, l'année 2019 a été marquée par des livraisons d'importants contrats signés avec des chaînes de restauration rapide, coffee shops et commerces de proximité aux États-Unis et en Asie. L'exécution de ces deals majeurs est venue s'ajouter à une activité courante tonique.

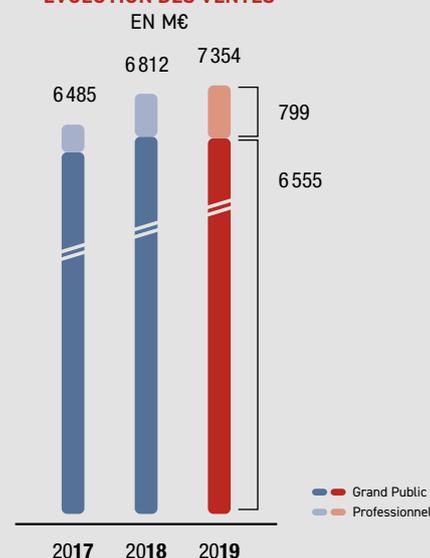
En parallèle, l'intégration de **Wilbur Curtis** s'est poursuivie et se concrétise de façon opérationnelle. L'année 2019 a ainsi été celle de la mise en place par le Groupe d'une organisation dédiée à l'activité PCM, SEB Professional, pour optimiser sa stratégie de développement sur le marché nord-américain.

VENTES 2019

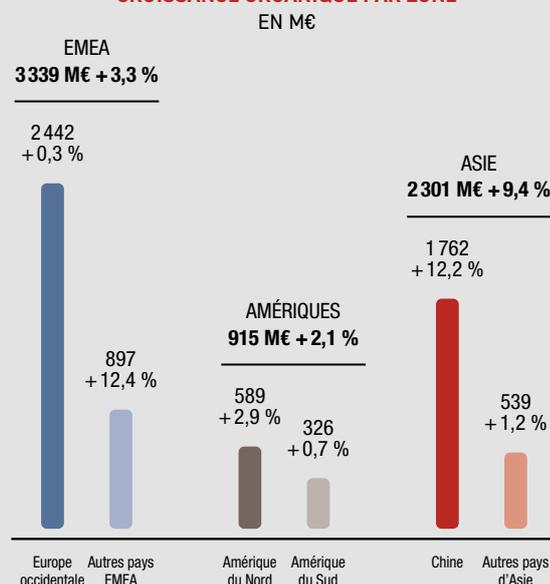
RÉPARTITION DES VENTES PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE



ÉVOLUTION DES VENTES

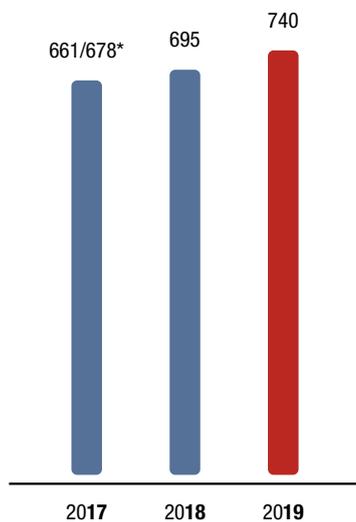


VENTES GRAND PUBLIC : 6 555 M€ CROISSANCE ORGANIQUE PAR ZONE



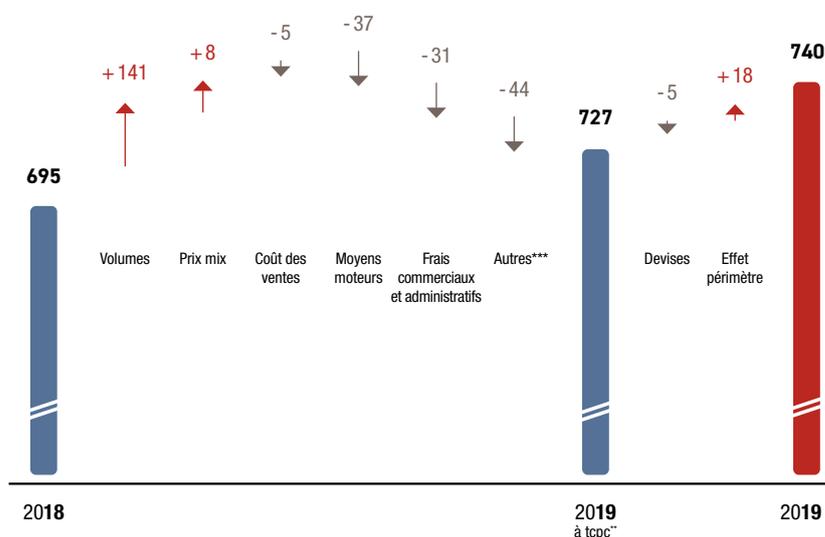
DE BONNES PERFORMANCES

ÉVOLUTION DU RÉSULTAT OPÉRATIONNEL D'ACTIVITÉ (ROPA) EN M€



* Avant impacts non récurrents de l'allocation du prix d'acquisition de WMF.

CONSTRUCTION DU RÉSULTAT OPÉRATIONNEL D'ACTIVITÉ (ROPA) EN M€



** tcpc = taux de change et périmètre constants.
*** PIS-COFINS et GSD

RÉSULTAT OPÉRATIONNEL D'ACTIVITÉ (ROPA)

Le Groupe a réalisé en 2019 un **Résultat Opérationnel d'Activité (ROPA)** de 740 M€. En cinq ans, le Groupe a ainsi doublé son ROPA publié. En croissance de 6,5 % par rapport au ROPA 2018, il intègre un effet devises légèrement négatif (- 5 M€) ainsi que des effets périmètre (Wilbur Curtis, Krampouz) et méthode (IFRS 16) pour + 18 M€.

La croissance organique du ROPA 2019 s'établit donc à 4,7 % et peut être détaillée comme suit :

- un effet volume de 141 M€ lié à la croissance des ventes;
- un effet prix mix positif de + 8 M€, porté par l'amélioration du mix mais atténué par l'intensité promotionnelle des marchés;
- une augmentation limitée du coût des ventes (5 M€);
- un accroissement de 37 M€ des investissements en moyens moteurs (innovation, marketing et publicité) qui sont maintenus à environ 10 % du chiffre d'affaires;
- une augmentation maîtrisée des frais commerciaux et administratifs, en ligne avec la progression des ventes.

Par ailleurs, le passage de 2018 à 2019 en ROPA, tout comme en ventes, est impacté négativement par deux événements spécifiques : (i) pour -20 M€ au titre de Groupe SEB Deutschland (prise en compte de conditions commerciales dérogatoires aux principes du Groupe) et (ii) pour -24 M€ au titre des PISCOFINS au Brésil (reconnaissance de créance fiscale sur exercices antérieurs pour 32 M€ en 2018 et pour 8 M€ en 2019).

RÉSULTAT D'EXPLOITATION ET RÉSULTAT NET

Le résultat d'exploitation du Groupe pour 2019 s'élève à 621 M€, contre 625 M€ en 2018. Il intègre une charge d'intéressement et de participation de 35 M€ et l'abondement du Groupe au plan d'actionnariat salarié pour 2 M€. Il inclut également d'autres produits et charges, à hauteur de -82 M€ (-36 M€ en 2018), avec notamment :

- des provisions pour restructuration de l'activité Grand Public de WMF, pour environ 40 M€,
- des régularisations comptables liées à des pratiques commerciales de Groupe SEB Deutschland dérogatoires aux principes du Groupe. D'un montant proche de 20 M€, elles sont passées au titre de l'exercice 2018.

Le **résultat financier** s'établit à -61 M€ en 2019 (contre -32 M€ en 2018), incluant la prise en compte d'une charge liée à IFRS 16 pour 15 M€. Pour mémoire, le résultat financier 2018 intégrait également un produit de 13 M€ lié à la juste valeur de la partie optionnelle de l'ORNAE (effet neutre en 2019) et la reconnaissance d'intérêts moratoires positifs relatifs à la créance fiscale au Brésil pour 21 M€ (3 M€ en 2019).

Reflétant notamment un niveau plus élevé de charges non récurrentes, le **résultat net part du Groupe** s'élève à 380 M€ (419 M€ en 2018). Il s'entend après charge d'impôt de 131 M€, représentant un taux d'impôt effectif pour l'exercice 2019 de 23,5 %, et après intérêts des minoritaires de 49 M€ liés aux performances de Supor en Chine.

BILAN

Au 31 décembre 2019, les **capitaux propres** s'élevaient à 2 628 M€ et la **dette nette** à 1 997 M€, en hausse de 419 M€, essentiellement due à l'effet IFRS 16 (334 M€), aux acquisitions de Wilbur Curtis et Krampouz et au versement du dividende (137 M€). À 367 M€, le cash-flow libre est resté robuste.

Le **besoin en fonds de roulement (BFR)** à fin 2019 s'est, quant à lui, établi à 1 215 M€, soit 16,5 % des ventes, en ligne avec la solide performance de 2018.

Au 31 décembre 2019, le taux de dette nette / capitaux propres était de 76 % (63 % hors IFRS 16) et le ratio dette nette / EBITDA ajusté de 2,1 x. La mise en place d'IFRS 16 impacte en 2019 le levier à hauteur de 0,2 x. Hors effet IFRS 16 et hors acquisitions, le ratio se serait élevé en fin d'année 2019 à 1,6 x.



Acquisition de KRAMPOUZ

Krampouz, marque bretonne iconique à l'origine de la crêpière moderne, a rejoint le Groupe en septembre 2019. Fondée en 1949 et basée à Pluguffan, l'entreprise est spécialisée dans la conception, la fabrication et la commercialisation de crêpières, gaufriers, planchas et grills. Distribuée sur les cinq continents, Krampouz vient compléter à la fois l'offre professionnelle et la gamme Grand Public premium du Groupe SEB grâce à :

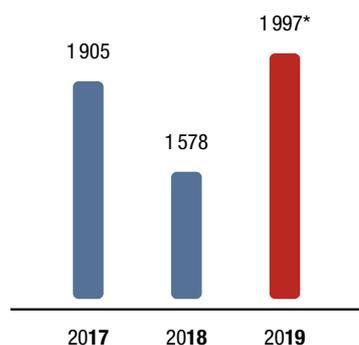
- son expertise en gaz, complémentaire de notre expertise en cuisson électrique;
- un enrichissement du réseau de distribution, avec l'accès aux enseignes de bricolage et de jardinage;
- un positionnement « outdoor », porteur, qui complète les équipements d'intérieur des autres marques du Groupe.

Krampouz s'appuie sur un site industriel compétitif et est engagée dans une stratégie d'innovation permanente fondée sur l'écoute de ses clients. Elle compte près de 90 collaborateurs.

Les ventes annuelles de Krampouz sont d'une vingtaine de millions d'euros.

ÉVOLUTION DE L'ENDETTEMENT NET AU 31/12

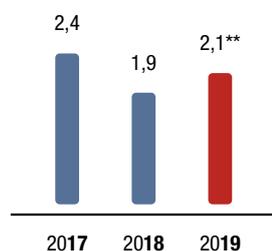
EN M€



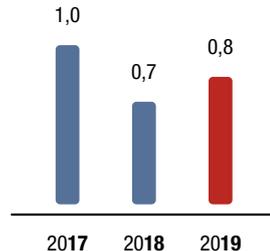
* dont 334 M€ d'IFRS 16.

RATIOS D'ENDETTEMENT AU 31/12

DETTE NETTE /
EBITDA AJUSTÉ



DETTE NETTE /
FONDS PROPRES



** 1,6 hors IFRS 16 et acquisitions 2019.

2019 EN FAITS



Nathalie Lomon devient Directrice Générale Adjointe du Groupe en charge des Finances.

Elle est également membre du Comité exécutif et du Comité de Direction générale.

Diplômée de Neoma Business School, **Nathalie Lomon** a débuté sa carrière dans l'audit chez Mazars et à l'inspection générale de BNP Paribas. En 2002, elle a rejoint Pechiney, où elle a exercé diverses responsabilités de finance et gestion.

Depuis 2010, Nathalie Lomon était chez Ingenico, notamment en tant que Directrice Financière Groupe et membre du Comité exécutif.

Elle est également administratrice de la Coface depuis 2017.

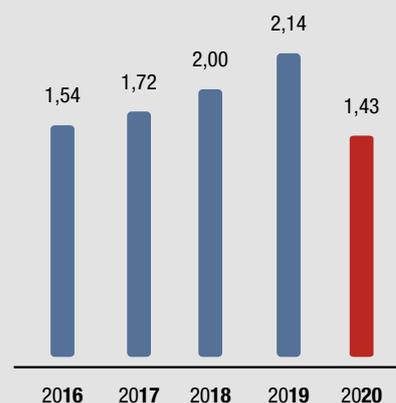
DIVIDENDE

Le Conseil d'administration, dans sa séance du 25 février 2020, avait proposé de distribuer, au titre de l'exercice 2019, un dividende de 2,26 € par action, en croissance de 5,6 %.

Dans le contexte actuel de crise sanitaire et économique mondiale du fait de la propagation de l'épidémie de Covid-19, le Groupe anticipe pour 2020 un chiffre d'affaires et un Résultat Opérationnel d'Activité en baisse sensible. Le Conseil d'administration du 8 avril a donc décidé, dans une optique de solidarité et de responsabilité envers toutes les parties prenantes et de préservation des ressources du Groupe, de réduire d'un tiers, par rapport au dividende versé en 2019, le montant qui sera versé aux actionnaires en 2020 au titre de l'exercice 2019. L'Assemblée générale du 19 mai a approuvé cette résolution.

ÉVOLUTION DU DIVIDENDE SUR 5 ANS

EN €



ENSEMBLE FACE AU COVID-19

Au cours des dernières semaines, l'épidémie du Covid-19 s'est rapidement propagée dans le monde.

Face à cette situation inédite et critique, les objectifs prioritaires du Groupe ont été et restent la protection des employés et le respect des réglementations locales. Cela s'est traduit par la mise en place du télétravail et de plans de continuité d'activité lorsqu'ils étaient possibles, la fermeture temporaire de la grande majorité de nos sites industriels, la réorganisation et l'adaptation de la chaîne logistique, pour assurer le meilleur service possible aux clients tout en préservant la santé de nos salariés.

Il était également de notre responsabilité d'avoir un rôle civique dans cette lutte sanitaire et, **partout dans le monde, le Groupe s'est mobilisé**. En France, cela est passé par le don de masques et de produits ou la participation à différents projets de production de respirateurs. Le Groupe est notamment membre du consortium qui s'est formé autour de

bénévoles et du CEA pour fabriquer des respirateurs à prix accessible. Dans la région DACH (Allemagne, Autriche, Suisse) ou en Pologne, de nombreux dons de produits ont également été faits pour soutenir le personnel soignant.

En Chine, Supor a offert à une association caritative de Wuhan des purificateurs d'eau et d'air, et 80 000 masques pour enfants ont été donnés à plusieurs associations dans les villes où le Groupe est présent.

Au-delà de la gestion de l'urgence de la crise, le Groupe a également préparé et engagé avec énergie la reprise dans les meilleures conditions d'hygiène et de sécurité, tant dans les sites industriels que dans les entrepôts, bureaux et magasins.

Nos chaînes de montage ont notamment été réorganisées pour assurer la distanciation requise entre les postes et nos collaborateurs sont équipés de masques et de gants.

1^{er} trimestre 2020 : un début d'année marqué par les impacts du Covid-19

Dans un contexte de crise sanitaire et économique mondiale sans précédent, les ventes du Groupe SEB pour le 1^{er} trimestre 2020 se sont établies à **1 454 M€**, en baisse de 15,6 %, incluant un recul de **16,5 % en organique**. Ce retrait marqué et inédit s'explique par :

- l'activité Grand Public, en baisse de 17,3 % à tpc, issue essentiellement de la Chine, impactée dès janvier par les effets de l'épidémie de Covid-19,
- l'activité Professionnelle, en baisse de 9,7 % à tpc, sur un historique 2019 exigeant.

Dans les deux cas, le recul de nos ventes est étroitement lié aux mesures de confinement ou de restrictions à la circulation des personnes mises en place par les gouvernements des États ainsi qu'aux fermetures de magasins non alimentaires dans la plupart des pays. Si le e-commerce a joué un certain rôle d'amortisseur, il a toutefois été restreint par des limitations d'ordre sanitaire, par une priorisation des produits essentiels et par des problématiques logistiques.

Fortement affecté par les effets de la crise Covid-19, **le Résultat Opérationnel d'Activité (ROPA) du 1^{er} trimestre 2020 s'élève à 18 M€ (vs 138 M€ au**

1^{er} trimestre 2019), dont le recul significatif est à mettre au compte :

- principalement de la forte baisse du chiffre d'affaires,
- à un surcoût lié à l'arrêt de la production dans la majeure partie de nos usines, d'abord en Chine, puis dans nos autres géographies, et notamment en Europe.

On rappellera que le ROPA du 1^{er} trimestre, comme celui du 2^e d'ailleurs, n'est pas représentatif de la performance annuelle, du fait d'une activité plus forte au 2^e semestre, alors que les frais opérationnels se répartissent de façon plus homogène sur l'année.

L'endettement financier net au 31 mars 2020 s'élève à **1 840 M€**, contre 1 997 M€ à fin décembre 2019, incluant 389 M€ de dette IFRS 16 et autres.

Le Groupe SEB rappelle que sa situation financière est solide, car fondée sur une structure de financement saine et équilibrée en termes d'instruments et de maturité et sans *covenants* financiers. Il dispose, en outre, d'une ligne de crédit syndiquée de 960 M€, non tirée, et peut s'appuyer, au 28 avril 2020, sur une trésorerie au bilan de 1 milliard d'euros.

Perspectives 2020

Impacté d'abord en Chine puis dans le reste du monde à partir de mars, le Groupe a été conduit en ce début d'année à fermer temporairement plus de la moitié de ses usines, une grande partie de son réseau de magasins en propre et la plupart de ses filiales commerciales et bureaux. Pour faire face à la crise, il a rapidement engagé un plan d'actions pour contenir sa base de coûts, avec notamment une flexibilisation de la masse salariale (mise en place de chômage partiel, prise obligatoire de congés, suspension de contrats, gel des recrutements...), l'adaptation des moyens moteurs à la situation des marchés, une réduction des frais et dépenses non essentiels (déplacements,

événements, etc.), la baisse de la rémunération des dirigeants mandataires sociaux et des administrateurs, etc. Ce plan d'actions ne permettra toutefois pas de compenser la sous-absorption de certains frais fixes, et notamment la sous-activité industrielle liée à la crise.

Compte tenu de l'impact de la crise sur les performances du 1^{er} trimestre, de l'ampleur de l'épidémie à date et de la prolongation de l'état de confinement dans de nombreux pays, le Groupe anticipe une détérioration de son activité au 2^e trimestre. Celle-ci se matérialisera par une perte de chiffre d'affaires estimée à ce jour autour de 450 à 500 M€, qui devrait conduire à un ROPA négatif sur la période.

Le plan de réduction des coûts, conjugué à une « normalisation » progressive de l'activité au

2^e semestre, qui représente traditionnellement environ 55 % des ventes et plus des deux tiers du ROPA en base annuelle, devrait permettre au Groupe de renouer graduellement avec son modèle de croissance rentable. Toutefois, s'il n'est pas possible à ce stade de quantifier précisément les impacts du Covid-19 sur l'ensemble de l'exercice, **le chiffre d'affaires et le Résultat Opérationnel d'Activité 2020 seront en baisse marquée**.

Dans ce contexte particulièrement compliqué, le Groupe réaffirme sa confiance dans son modèle stratégique solide et équilibré. Tout en s'adaptant aux impératifs immédiats, il maintient son cap de long terme et entend traverser cette nouvelle crise de façon résolue et responsable.

Lancements du COOKEO TOUCH et du i-COMPANION XL



Le 14 janvier 2020, dans le cadre d'une grande soirée animée par Faustine Bollaert et le chef étoilé Cyril Lignac à Paris, Moulinex a lancé Cookeo Touch et i-Companion Touch XL. Désormais connectés en wifi et dotés de larges écrans tactiles, les deux appareils permettent d'accéder gratuitement aux recettes pré-enregistrées, dont certaines élaborées par Cyril Lignac, ambassadeur de la communauté pour un an. La base de données sera complétée au fil du temps : le chef et son équipe créeront en effet plusieurs recettes inédites qui viendront l'enrichir. Sur l'écran, on peut donc choisir des recettes, bénéficier d'un guidage pas-à-pas dans leur réalisation, les sélectionner par catégories ou encore les trier en fonction des ingrédients dont on dispose. L'objectif ? Facilité et confort en cuisine!

L'événement a été diffusé sur les réseaux sociaux de Moulinex via des « Live » Facebook et Instagram, en ligne avec l'approche « Communauté » des produits.



STEAM CHOUCHOU

T-fal a lancé en novembre 2019, au Japon, le Steam Chouchou, une nouvelle solution de repassage « 2 en 1 » parfaitement adaptée aux tendances actuelles de Soins du linge dans ce pays. Alliant fer à repasser et défroisseur, le Steam Chouchou s'inscrit entre tradition, technologie et modernité. Versatile, l'appareil se différencie par sa taille « mini », ses performances supérieures ainsi que son design arrondi et fluide. Ergonomie, facilité d'utilisation, gain de temps et rangement optimisés sont ses grands atouts, avec à la clé un remarquable succès commercial au Japon.

La cocotte SEB à l'Élysée

Les 18 et 19 janvier 2020, le palais de l'Élysée a ouvert ses portes afin d'accueillir la Grande Exposition du Fabriqué en France. Parmi les produits exposés, la cocotte-minute Clipso Minut' Natural, fabriquée à partir de 60 % d'inox recyclé, sous marque Seb. Cette exposition avait pour but d'exposer le savoir-faire français et de mettre en avant les meilleurs produits « Made in France ». La présence de cette cocotte-minute honore l'engagement du Groupe SEB pour la conservation du savoir-faire et du talent de ses collaborateurs français.



en bref



DUOLAB, une approche nouvelle de soin du visage

Nouveauté marquante en Soins de la personne, **Rowenta s'allie avec L'Occitane**, spécialiste de produits cosmétiques, pour créer Duolab, une solution de soins du visage personnalisés.

S'appuyant sur la technologie thermocosmétique, **Duolab** mélange et chauffe les ingrédients afin d'obtenir une formule de soin sous forme d'émulsion très fine, délivrée à la température naturelle de la peau, pour une meilleure absorption. L'opération dure 90 secondes. Pour s'adapter aux différents types de peau, le système permet 15 combinaisons différentes, hautement naturelles et sans conservateur.

Le dispositif **Duolab** comprend également un outil de diagnostic cutané et génère en conséquence un protocole de soin personnalisé. À l'avant-garde de l'industrie du cosmétique du futur, **Duolab** constitue une véritable avancée technologique et ouvre la porte à de nouvelles possibilités pour le Groupe dans le Soins de la personne.

Édition Spéciale Actionnaires

BFM AWARDS : la Saga familiale

Les BFM Awards honorent chaque année les entreprises qui symbolisent le meilleur de l'économie française, à travers dix catégories. Pour cette 15^e édition, le **prix de la Saga familiale** a été remis au Groupe SEB le 7 novembre dernier au théâtre des Champs-Élysées à Paris. Lors de la remise du trophée, Thierry de La Tour d'Artaise, PDG du Groupe, et Jacques Gairard, son prédécesseur, sont revenus sur l'histoire, la stratégie de croissance long terme, la politique constante d'innovation ainsi que sur les valeurs profondes léguées par les fondateurs.



Assemblée générale

L'Assemblée générale mixte des actionnaires de SEB S.A. a eu lieu le 19 mai 2020, sous la présidence de Monsieur Thierry de La Tour d'Artaise, Président-Directeur Général. Compte-tenu des circonstances, et dans le souci de préserver la santé de tous, celle-ci s'est tenue à huis clos au siège de la société, à Écully (Rhône), et a été retransmise en direct sur le site Internet du Groupe : <https://www.groupeseb.com>

Dans ce contexte inédit, l'intégralité du vote a eu lieu par correspondance préalablement à la réunion et, conformément à la réglementation, le recueil des bulletins de vote a été assuré jusqu'au 15 mai au soir. Le nombre d'actionnaires ayant voté s'établit à 2 284 en AGO et 2 267 en AGE, représentant 42 373 008 actions en AGO (soit 84,50 % du nombre d'actions ayant droit de vote) et 42 224 673 actions en AGE (soit 84,21 % du nombre d'actions ayant droit de vote). Ces niveaux constituent une participation exceptionnelle.

L'Assemblée s'est articulée autour de la présentation des résultats financiers de 2019 et du 1^{er} trimestre 2020 — fortement marqué par les impacts de l'épidémie Covid-19 —, de la revue du plan d'actions mis en œuvre ainsi que des perspectives. Le Groupe est ensuite revenu sur la composition et les principaux travaux du Conseil d'administration et des Comités du Conseil en 2019 ainsi que sur les rémunérations des mandataires sociaux. Les orateurs ont ensuite répondu aux questions qui avaient été adressées par les actionnaires à la société par voie écrite. Concernant les votes, l'Assemblée générale a approuvé toutes les résolutions qui lui ont été soumises.

Retrouvez l'intégralité de l'Assemblée générale et notamment les résultats des votes sur le site Internet du Groupe :

<https://www.groupeseb.com/fr/finance/assemblee-generale>

Nous contacter

Actionnaires individuels

Service Actionnaires : +33 (0)4 72 18 16 01 - actionnaires@groupeseb.com

Actionnaires nominatifs

Pour toute demande relative à votre compte nominatif pur, contactez :

BP2S – Corporate Trust Services – Service Titres SEB

Grands Moulins de Pantin - 9, rue du Débarcadère - 93761 Pantin Cedex - France

+33 (0)1 57 43 90 00

Formulaire de contact disponible sur :

<https://planetshares.bnpparibas.com/login>

Investisseurs et Analystes

Direction de la Communication Financière et des Relations Investisseurs

+ 33 (0)4 72 18 16 40 - comfin@groupeseb.com

Campus SEB - 112, chemin du Moulin-Carron - 69130 Écully - France

AGENDA

23/07/2020 : Ventes et Résultats 1^{er} semestre 2020

26/10/2020 : Ventes et informations financières 9 mois 2020

FICHE SIGNALÉTIQUE

Société anonyme au capital de 50 307 064 €

Divisé en 50 307 064 actions de 1 € de nominal

Cotation : Euronext Paris, Compartiment A

Code ISIN : FR0000121709

Reuters : SEBF.PA

Bloomberg : SK.FP

