



Rapport d'activité 2024

P. 1
Chiffres clés

P. 2-3
Une présence mondiale

P. 4
Le mot de
Thierry de La Tour d'Artaise,
Président du Groupe SEB

P. 5
L'interview de
Stanislas de Gramont,
Directeur Général du Groupe SEB

P. 6-7
Gouvernance

P. 8-9
Notre mission

P. 10-11
Modèle d'affaires

P. 12-13 **Notre stratégie de marques**

P. 14-15
Une stratégie de marques
au service du leadership mondial

P. 16-17
Le marché Grand Public,
terrain d'excellence du Groupe SEB

P. 18-19
Des marques patrimoniales
présentes dans tous les foyers du monde

P. 20-21
Le marché Professionnel,
levier de croissance stratégique

P. 22-23
L'innovation
life-centric

P. 24-25 **Notre ambition RSE**

P. 26-31
Une ambition RSE
au cœur de la stratégie d'entreprise

P. 32-33
10 ans de Charity Week
avec un engagement mondial

P. 34 **Performance**

p. 35
Répartition
du capital et des droits de vote

p. 36
Performance
financière

p. 38
Performance
extra-financière

p. 39
Performance
des parties prenantes

p. 40
Performance
boursière

sommaire

Le Groupe SEB

Chiffres clés 2024

Chiffre d'affaires/Ventes 2024

8 266 M€

+ 5,0 % à tcpc⁽¹⁾

Résultat net

422 M€⁽²⁾

(232 M€)

Présent dans près de

150 pays

Produits commercialisés

> 400 M/an

Nombre de sites industriels
et logistiques

près de **130**

Collaborateurs

> 32 000

ROPA

802 M€

Investissements
innovation

320 M€

Marques

45

Produits vendus chaque
seconde dans le monde

13⁽³⁾

Magasins

1 200

+ de 90%

de produits de Petit électroménager
estampillés « produit réparable
15 ans au juste prix »⁽⁴⁾

(1) Taux de change et périmètre constants

(2) Retraité de la provision au titre de l'amende de l'Autorité de la concurrence

(3) Ventes hors Professionnel et accessoires

(4) En dehors de la marque Supor (Chine) et des nouvelles acquisitions
en cours d'intégration

Une présence mondiale



- Sites industriels et logistiques
- Filiales commerciales

(1) Taux de change et périmètre constants
(2) Main d'œuvre directe uniquement (CDI/CDD/alternants)
Ces chiffres n'incluent pas les sociétés Pacojet, La San Marco, Forge Adour et le groupe Sofilac ; en cours d'intégration.

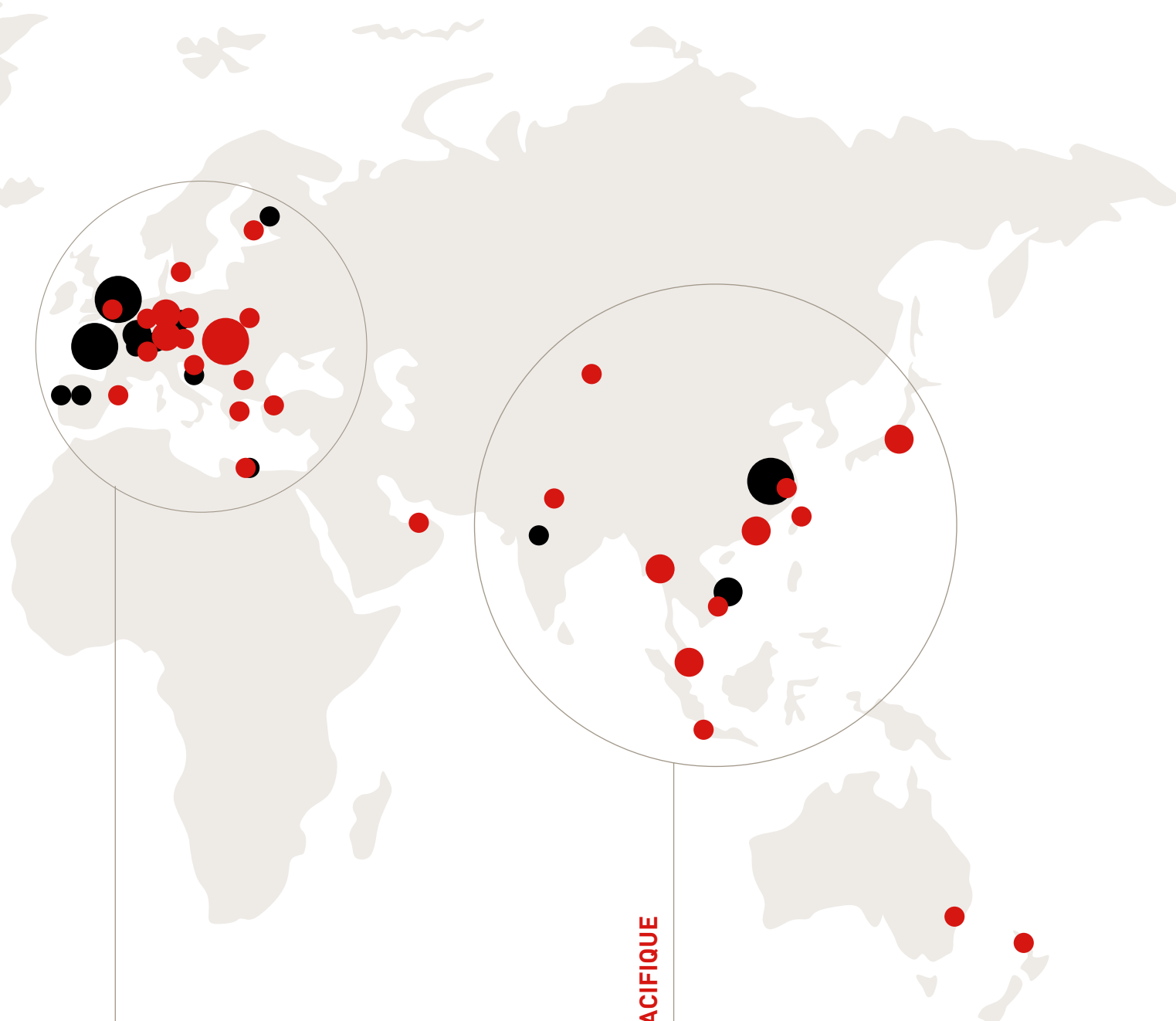
AMÉRIQUE DU NORD ET DU SUD

1 170 M€
ventes Grand Public (+ 9,4 %⁽¹⁾)

+ de **25 sites**
6 sites industriels
+ de 19 sites logistiques

+ de **2 700 salariés**
dont 940 pour la production⁽²⁾

40 magasins



EUROPE ET AUTRES PAYS EMEA

3 733 M€

ventes Grand Public (+ 10,2 %⁽¹⁾)

+ de **60 sites**

31 sites industriels (dont 17 en France)

+ de 29 sites logistiques

+ de **16 700 salariés**

dont 3 000 pour la production⁽²⁾

+ de **520 magasins**

CHINE ET AUTRES PAYS D'ASIE PACIFIQUE

2 388 M€

ventes Grand Public (- 0,7 %⁽¹⁾)

+ de **45 sites**

10 sites industriels

+ de 35 sites logistiques

+ de **12 700 salariés**

dont + de 7 000
pour la production⁽²⁾

+ de **640 magasins**



Le mot du Président

Inventer demain, avec exigence et optimisme

THIERRY DE LA TOUR D'ARTAISE,
Président du Groupe SEB

2024 a été une année forte. Dans un monde chahuté par les incertitudes économiques, les tensions géopolitiques et les mutations sociales, le Groupe SEB a su avancer avec rigueur, créativité et conviction. Ce que nous avons accompli cette année témoigne, une fois de plus, de la solidité de notre modèle, fondé sur la performance durable, sur la proximité avec nos marchés et, surtout, sur la confiance dans notre capacité collective à innover.

L'innovation n'est pas un slogan pour nous. C'est une démarche concrète, portée par nos équipes, nos ingénieurs, nos designers et nos partenaires, au plus près des attentes des consommateurs. En 2024, elle nous a ouvert les portes de nouveaux segments et consolidé nos positions sur les marchés matures comme sur les marchés émergents. C'est cette capacité à proposer des solutions utiles, intelligentes et accessibles qui fait la différence.

Nous avons aussi écrit une nouvelle page dans notre histoire industrielle. L'acquisition du groupe Sofilac et de ses marques prestigieuses – Lacanche, Charvet, entre autres – puis, début 2025, celle de La Brigade de Buyer, renforcent notre ancrage dans les cuisines professionnelles et dans le segment Premium. Nous ne faisons pas que grandir : nous affirmons une vision ambitieuse de la gastronomie, du savoir-faire français et de la transmission.

2024 a également marqué un tournant stratégique sur le plan de notre engagement sociétal et environnemental. Nous avons déployé une nouvelle feuille de route RSE à l'horizon 2030, exigeante, concrète et alignée avec nos valeurs historiques. Être pionnier en matière de réparabilité ou de durabilité n'est pas une option : c'est un choix structurant pour créer un impact positif à long terme pour la planète.

Ce que nous construisons, nous le devons à celles et ceux qui font vivre l'entreprise chaque jour. Je remercie tous nos collaborateurs, nos actionnaires et nos parties prenantes pour leur engagement et leur confiance. Ensemble, nous poursuivons notre mission : embellir la vie quotidienne, faciliter le quotidien et contribuer au mieux-vivre partout dans le monde.



L'interview du Directeur Général

Aller plus vite, plus loin, avec plus d'impact

STANISLAS DE GRAMONT,
Directeur Général du Groupe SEB

2024 a été une année de mouvement. Une année où nous avons non seulement retrouvé le chemin d'une croissance solide, mais où nous avons surtout décidé d'accélérer. D'oser plus. De faire différemment.

Nous avons grandi de 5 % en organique, portés par une dynamique retrouvée dans nos marchés historiques comme dans nos zones en forte expansion. En Europe occidentale, en Amérique du Nord, au Brésil et en Europe de l'Est, la demande est revenue. Même en Chine, Supor a su tenir sa position avec force, dans un environnement toujours exigeant. Résultat : notre activité Grand Public progresse de 6 %, preuve que la proximité client, la force de nos marques et la qualité de nos produits restent nos meilleurs atouts.

Le segment Professionnel, lui, continue de s'imposer. Nos marques culinaires, renforcées cette année par l'arrivée de Lacanche et de La Brigade de Buyer, font rayonner l'excellence française dans les cuisines du monde entier. Ce que nous construisons ici, c'est bien plus qu'un catalogue : c'est une offre globale, pensée pour les chefs, les restaurateurs et les professionnels exigeants. Et elle porte ses fruits.

Notre croissance n'a de valeur que si elle repose sur une base solide. C'est pourquoi nous avons investi dans nos capacités industrielles et logistiques, sans attendre. En Chine, avec un nouveau hub d'équipement professionnel à Shaoxing, au cœur d'un écosystème stratégique.

En France, avec la plateforme de Bully-les-Mines et, dès 2025, celle de Til-Châtel : 60 000 m² pour accélérer, livrer plus vite et mieux, partout en Europe.

Notre moteur reste l'innovation. Pas l'innovation cosmétique, mais celle qui résout, simplifie, anticipe. En 2024, nous avons lancé plus de 25 produits conçus avec nos consommateurs, pour leurs usages réels, leurs contraintes et leurs attentes. De plus, chaque innovation intègre nos exigences en matière de durabilité, de réparabilité et d'impact environnemental. Parce qu'innover, aujourd'hui, c'est penser sur le long terme.

Notre ambition ne s'arrête pas aux produits. Elle touche toute notre chaîne de valeur. En 2024, nous avons fait évoluer notre feuille de route RSE avec une volonté claire : réduire, réemployer, repenser. Sur le terrain, cela veut dire moins de plastique vierge, plus de matières recyclées, des emballages revus et des modèles de vente et de service repensés.

Mais tout cela n'aurait aucun sens sans les femmes et les hommes qui font vivre ce Groupe au quotidien. Leur engagement, leur talent et leur envie d'avancer sont ce qui rend possible ce que nous accomplissons ensemble.

Je suis fier de ce que nous avons accompli en 2024. Et encore plus enthousiaste pour la suite. Parce que je sais que nous avons l'énergie, la vision et l'équipe pour aller plus loin. Plus vite. Et toujours avec plus d'impact.

Une gouvernance garante de la performance et des engagements du Groupe

Comité exécutif au 01/04/2025

17 membres



STANISLAS DE GRAMONT
Directeur Général



CYRIL BUXTORF
Directeur Général Adjoint,
Produits et Innovation



OLIVIER CASANOVA
Directeur Général Adjoint,
Finances

COMITÉ DE DIRECTION GÉNÉRALE

En charge de l'exécution de la stratégie arrêtée par le Conseil d'administration, le Comité de Direction Générale (CDG) définit les grandes orientations du Groupe. Il assiste à toutes les réunions du COMEX.



RICHARD LELIÈVRE
Directeur Général Adjoint,
Industrie



RACHEL PAGET
Directrice Générale Adjointe,
Ressources Humaines



CATHY PIANON
Directrice Générale Adjointe,
Affaires Publiques & Communication
Directrice du cabinet du Président



PAUL DE JARNAC
Directeur Général,
Activité Électrique Culinare



DAVID JEANSON
Directeur Général, Activité Soins de la
Maison, du Linge et de la Personne



BERND LAUDAHN
Directeur Général,
Grande Europe



PATRICK LE CORRE
Directeur Général,
Professionnel, Culinare



PIERRE-ARMAND LEMOINE
Directeur Général,
Articles Culinaires



OLIVIER NACCACHE
Directeur Général, Marchés
émergents, Asie et Pacifique



OGUZHAN OLMEZ
Directeur Général,
Amérique du Nord



PHILIPPE SUMEIRE
Secrétaire Général, Secrétaire
du Conseil d'administration



VIRGINIE VAN HAEREN
Directrice Marketing



STÉPHANE ZENADJA
Directeur Général,
Innovation



MARTIN ZOUHAR
Directeur Général, Professionnel,
Machines à café et Hôtel

COMITÉ EXÉCUTIF

Le Comité exécutif (COMEX) assure la mise en œuvre des politiques définies par le CDG, globalement et dans leurs périmètres respectifs.

Conseil d'administration au 31/12/2024

ADMINISTRATEURS SALARIÉS



NORA BEY



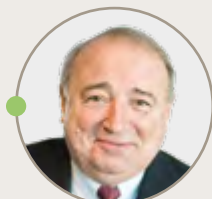
LAURENT HENRY



BRIGITTE FORESTIER

Administratrice représentant les salariés actionnaires

PRÉSIDENT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION



THIERRY DE LA TOUR D'ARTAISE

ADMINISTRATEURS INDÉPENDANTS



JEAN-PIERRE DUPRIEU

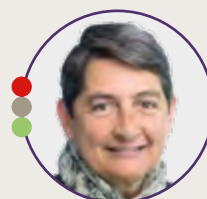


YSEULYS COSTES



BPIFRANCE INVESTISSEMENT
ADELINE LEMAIRE

Représentante permanente de Bpifrance Investissement



FONDS STRATÉGIQUE DE PARTICIPATIONS (FSP)
CATHERINE POURRE

Représentante permanente du FSP

ADMINISTRATEURS FAMILIAUX



WILLIAM GAIRARD

Membre du Groupe Fondateur, adhérent à VENELLE INVESTISSEMENT



FRANÇOIS MIRALLIÉ

Membre du Groupe Fondateur, adhérent à VENELLE INVESTISSEMENT



THIERRY LESCURE

Membre du Groupe Fondateur, adhérent à GÉNÉRATION



AUDE DE VASSART

Membre du Groupe Fondateur, adhérent à VENELLE INVESTISSEMENT



GÉNÉRATION

Membre du Groupe Fondateur
CAROLINE CHEVALLEY
Représentante permanente de GÉNÉRATION



VENELLE INVESTISSEMENT

Membre du Groupe Fondateur
DAMARYS BRAIDA
Représentante permanente de VENELLE INVESTISSEMENT

14

membres

1/3

d'administrateurs indépendants

54 %

de femmes vs 45 % en 2023

7

réunions en 2024

100 %

d'assiduité vs 96,5 % en 2023

● COMITÉ AUDIT ET CONFORMITÉ

Ce comité s'est réuni **5X** en 2024 avec un taux de participation de **100 %**

Ce Comité identifie, traite et évalue les principaux risques encourus par le Groupe. Il intervient également sur la pertinence des méthodes comptables utilisées pour arrêter les comptes annuels et semestriels. Le Comité évalue les systèmes de contrôle interne du Groupe et examine les plans d'interventions et d'actions dans le domaine de l'audit interne et leurs résultats. Enfin, le Comité audit et conformité participe à la préparation du choix du collège des Commissaires aux comptes et veille à leur indépendance.

● COMITÉ GOUVERNANCE ET RÉMUNÉRATIONS

Ce comité s'est réuni **9X** en 2024 avec un taux de participation de **98 %**

Ce Comité fait des recommandations sur la composition du Conseil d'administration, la nomination ou le renouvellement des administrateurs, l'organisation et les structures du Groupe. Il assure le suivi des plans de succession et propose la politique de rémunération des mandataires sociaux et des principaux cadres dirigeants ainsi que la mise en place et les modalités de plan d'achat d'actions et d'actions gratuites.

● COMITÉ STRATÉGIQUE ET RSE

Ce comité s'est réuni **3X** en 2024 avec un taux de participation de **100 %**

Ce Comité examine et formule des recommandations sur les orientations stratégiques élaborées par le management, sur la veille concurrentielle et les projets de croissance externe, ainsi que la politique RSE du Groupe, incluant la définition des objectifs et engagements, la mesure des progrès accomplis et la mise en place des outils de mesure de la performance extra-financière correspondants.



NOTRE MISSION

Faciliter et embellir
la vie quotidienne
des consommateurs
et contribuer au mieux-vivre,
partout dans le monde.



Un modèle de création de valeur

Excellence, agilité, durabilité

Ressources



Des hommes et des femmes engagés

- > 32 000 collaborateurs
- 115 nationalités
- Managers : 14 ans d'ancienneté en moyenne ; 43 % de femmes
- 6 500 collaborateurs en vente et marketing

L'innovation au cœur du Groupe

- ~3 000 collaborateurs
- 6 centres d'excellence
- 6 hubs régionaux
- 320 M€ investis en 2024
- > 10 000 brevets actifs (> 470 déposés en 2024)

L'outil industriel

- 47 sites de production dont 6 dédiés aux produits professionnels
- + 240 M de produits fabriqués/an
- 100 % des sites certifiés ISO 14001

Des marques fortes

- 45 marques dans 150 pays⁽⁵⁾
- Top 5 des marques > 85 % des ventes Grand Public

Un socle financier solide

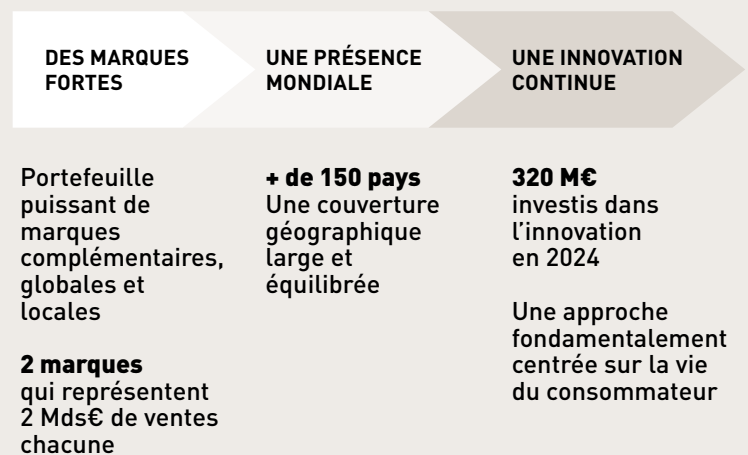
- Stabilité actionnariale
- Fonds propres de > 3,5 Mds€
- Liquidités disponibles de 2,5 Mds€⁽¹⁾

Formule de création de valeur

Ambition stratégique

Renforcer notre *leadership* mondial en Petit équipement domestique...

Facteurs clés de succès



Un savoir-faire éprouvé en croissance externe

Des acquisitions structurantes ou ciblées qui ont contribué au développement du Groupe

Pionnier en responsabilité sociétale et environnementale

Les enjeux RSE au cœur de la stratégie du Groupe

(1) Dont lignes de crédit non tirées

(2) Hors Professionnel et accessoires

(3) Retraité de la provision au titre de l'amende de l'Autorité de la concurrence en France. RNPG publié 232 M€.

(4) Proposé à l'AG 2025

(5) Chiffres actualisés à mai 2025

... Et devenir un acteur de référence
dans le Professionnel

UN LARGE
PORTEFEUILLE
PRODUITS

+ de 50
catégories
de produits

UNE EXÉCUTION
COMMERCIALE
PUISSANTE

Distribution
multi-canal :
60 %* offline,
40 %* online

* % des ventes
Grand Public

UNE INDUSTRIE
COMPÉTITIVE

+ de 240 M
de produits
fabriqués en 2024

Production
60 % interne
40 % externe

- Complémentarité géographique, produits et métiers
- Capacité à mobiliser les ressources financières et humaines nécessaires
- Expertise dans l'intégration

- Précurseur dans la réparabilité depuis 2008
- L'éco-conception au cœur du développement produit
- Engagement dans les territoires ancré dans l'ADN du Groupe
- Objectif de contribuer à la neutralité carbone planétaire d'ici à 2050



Valeur créée et partagée

Pour les collaborateurs

- 15 heures de formation en moyenne/an par collaborateur en 2024
- 5^e meilleur employeur de France (catégorie équipement électrique)
- 61 % des alternants ou stagiaires embauchés (postes cadres)

Pour les clients

- + de 350 M de produits vendus/an en moyenne depuis 5 ans⁽²⁾
- 2,5 Mds€ de ventes générées par des produits lancés depuis 2022
- 75 % des ventes réalisées sur des marchés où le Groupe est leader

Pour la planète et la société

- Trajectoire Net-Zéro 2050 validée par SBTi
- 48 % de matières recyclées dans nos produits et emballages en 2024
- - 18 % d'émissions CO₂ eq. depuis 2021 (scopes 1 et 2)
- > 90 % de nos produits en Petit électroménager sont réparables pendant 15 ans

Pour les fournisseurs

- ~ 82 % des achats directs et produits finis couverts par la Charte des achats responsables
- 34 fournisseurs → Label AA Intertek

Pour les actionnaires

- ROPA : 802 M€
- Résultat net part du Groupe retraité : 422 M€⁽³⁾
- Free cash-flow : 260 M€
- Dividende 2024 : 2,80 €⁽⁴⁾ (+ 7,5 % en moyenne par an depuis 15 ans)





**Notre stratégie
de marques**

Une stratégie de marques au service du leadership mondial

L'histoire du Groupe SEB s'est écrite au travers d'une succession de phases de croissance externe et interne. Les acquisitions réalisées depuis 50 ans lui ont permis de diversifier son offre et ont contribué à son expansion dans le monde.

Aujourd'hui, le Groupe capitalise sur ce qui a fait son succès dans l'activité Grand Public, pour développer l'activité Professionnelle, avec deux ambitions fortes et complémentaires :

- Renforcer notre **leadership** mondial sur le marché Grand Public.
- Devenir un **acteur référent** sur le marché Professionnel.

Des marchés dynamiques

Marché Grand Public

Estimé à **80 Mds€**

55 Mds€ Petit électroménager

25 Mds€ Articles culinaires

- Croissance structurelle (> 3 % par an) portée par l'essor des classes moyennes dans les pays émergents et par la montée en gamme dans les pays matures
- Explosion des nouveaux modes de distribution (e-commerce, réseaux sociaux...)
- Marché fragmenté

Marché Professionnel

Estimé à **15 Mds€**

- Une croissance soutenue : 5 % à 10 % par an
- De fortes barrières à l'entrée et une rentabilité plus élevée
- Une récurrence des revenus liée aux services

Notre croissance s'appuie sur un portefeuille de 45 marques

Marques Grand Public

MONDIALES

Tefal **Rowenta**
Moulinex **KRUPS**

RÉGIONALES

SUPOR **ARNO** **IMUSA**
DASH **SEB** **calor**
WearEver **KAISER** **MAHARAJA**
MIRRO **PANEX** **emsa**
ASIA **OBH** **samurai**
Rochedo **clock** **umco** **T-fal**

Marques Premium

Krampouz **WMF**
Silit **Lagostina**
LACANCHE **OpenCook**
FORGE ADOUR **All-Clad**
de Buyer **pëbbly**
DUMAS **SABATIER**

Marques Professionnelles

CHARVET **schaerer**
Krampouz **Curtis**
HEPP **AMBASSADE**
All-Clad **zummo**
pacojet **La San Marco**
Scaritech **AIRIT**
OpenCook **de Buyer**
SABATIER **DUMAS**

Une stratégie d'acquisitions mondiale et pérenne

Historique des acquisitions



- Marque Grand Public
- Marque Professionnelle

Le marché Grand Public, terrain d'excellence du Groupe SEB

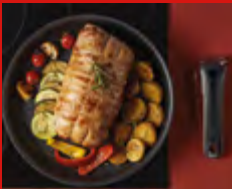
Le Groupe SEB est un acteur historique sur le marché du Petit équipement domestique, où il occupe plusieurs positions de *leadership*. Ce marché regroupe le petit électroménager ainsi que les articles culinaires et ustensiles de cuisine, représentant environ 88 % des ventes du Groupe en 2024.

En 2024, 75 % des ventes Grand Public sont réalisées sur des marchés où le Groupe est leader (n° 1 ou n° 2).

N° 1 Soin du Linge



N° 1 Articles culinaires



N° 1 Cuisson électrique



N° 2 Blender



N° 2 Boissons



Le petit électroménager

Le segment du **Soin du Linge**, de **l'entretien des sols** et du **Soin de la personne** représente environ 20 % des ventes Grand Public du Groupe en 2024, où le Groupe est leader mondial. Il se compose ainsi :

Soin du Linge



Entretien des sols



Confort domestique



Soin de la personne



Le segment de l'**Électrique culinaire** représente environ **45 % des ventes**.

Cuisson électrique



Préparation des boissons



Préparation des aliments



Les articles culinaires et ustensiles de cuisine

Le marché des **articles culinaires et ustensiles de cuisine** représente environ **35 % des ventes** Grand Public en 2024.

Poêles, casseroles, woks



Moules à pâtisserie



Gourdes et mugs



Autocuiseurs



Couteaux



Boîtes de conservation



Des marques patrimoniales présentes dans tous les foyers du monde

Les marques qui constituent le Groupe SEB ont toutes en commun une proximité avec les consommateurs, un savoir-faire historique et un goût prononcé pour l'innovation. Cet ADN, allié au puissant tissu industriel du Groupe, fait de chacune d'elles un modèle d'excellence à célébrer.



SUPOR, **30 ans d'ascension** **et innovation**

Si Supor est aujourd'hui l'une des marques d'articles culinaires les plus populaires en Chine, elle doit sa notoriété à son agilité et à sa force d'innovation pour des produits ancrés dans le quotidien, ce qui lui vaut de rejoindre le Groupe SEB en 2007. Reconnue pour son excellence industrielle, la marque se voit régulièrement décerner de nombreux prix qui rendent hommage au savoir-faire de ses équipes. C'est lors d'une course en relais, symbole d'un parcours semé de défis à relever, que les collaborateurs ont rendu hommage à la marque désormais trentenaire, ainsi que par le don de 10 000 gourdes aux élèves des écoles soutenues par le programme *Supor Schools*.



EMSA, **75 ans de** **solutions nomades** **intelligentes**

Du légendaire attrape-goutte « papillon » pour les carafes à café aux boîtes de conservation alimentaires fonctionnelles, en passant par les carafes isothermes, les gourdes, ou encore le Travel Mug, la marque allemande Emsa évolue de succès en succès. Entre produits élégants et design, utiles et solutions intelligentes, la marque n'a pas fini d'innover !



KRAMPOUZ, **l'icône des crêpes** **depuis 75 ans**

N° 1 sur le marché de la crêpière professionnelle, la marque Krampouz a célébré ses 75 ans en inaugurant l'extension de son site industriel de Pluguffan (Bretagne), qui conçoit et fabrique l'ensemble de ses produits emblématiques : crêpières, gaufriers, barbecues et planchas. Riche d'un ancrage territorial fort dans la région qui les a vus naître, les produits Krampouz s'exportent aujourd'hui dans le monde entier (30 % du chiffre d'affaires est réalisé à l'export).





IMUSA, dans le cœur des Colombiens depuis 90 ans

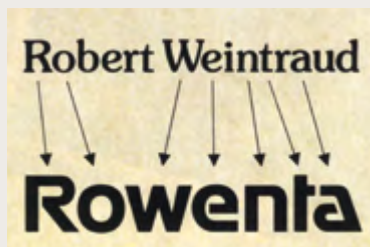
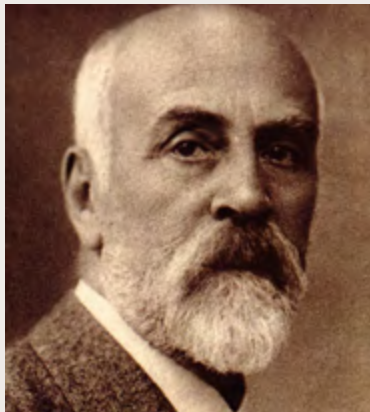
Pionnier dans l'industrie de l'aluminium et du plastique avec ses résines révolutionnaires, puis du petit électroménager accessible aux foyers modestes, Imusa a joué un rôle clé dans l'évolution culinaire de la Colombie. Pour ses 90 ans, elle réunit des familles de collaborateurs en cuisine pour célébrer son savoir-faire lors d'une journée dédiée, mais aussi à travers un spot télévisé mettant à l'honneur ses clients, devenus de véritables ambassadeurs. Marque d'innovation ancrée dans ses territoires, Imusa occupe une place particulière dans le cœur des Colombiens pour son engagement social à travers sa Fondation Imusa-Samourai Taller de Sueños, dont la mission est de lutter contre l'exclusion des populations vulnérables.



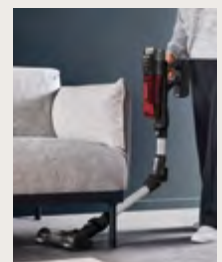
ROWENTA, 140 ans au service des consommateurs

La marque allemande Rowenta célèbre 140 ans d'innovation au service de la performance pour rendre les expériences d'utilisation toujours plus simples, rapides et agréables. Depuis ses origines et sa création par Robert Weintraud, dont Rowenta est un acronyme, la marque simplifie la vie des consommateurs du monde entier avec des produits design pour toute la maison :

- **entretien des sols** : aspirateur traîneau, balais et robot, avec ou sans sac, et multifonction ;
- **confort de la maison** : traitement de l'air, ventilation, chauffage, shampoineuse ;
- **soin du linge** : fer à repasser, centrale vapeur et défroisseur ;
- **soin de la personne** : sèche-cheveux, tondeuse.



Numéro 1 des aspirateurs en France, Rowenta confirme sa position de chef de file en alliant performance et accessibilité. Marque enthousiaste et inspirante, elle a su transformer des gestes du quotidien perçus comme une corvée en un moment de plaisir, grâce à une technologie personnalisée et adaptée aux besoins réels des consommateurs.



Le marché Professionnel, levier de croissance stratégique

Les marchés Professionnels et Semi-Professionnels représentent un axe stratégique majeur pour le Groupe SEB, avec l'ambition affirmée de devenir un acteur de référence. Leader mondial avec ses machines à café expresso automatiques professionnelles, le Groupe souhaite appliquer les recettes du succès au segment Culinaire, avec l'ensemble des marques iconiques du portefeuille.

Le Professionnel a représenté environ 12 % des ventes du Groupe en 2024, deuxième meilleure année historique en termes de chiffre d'affaires pour le Café. C'est une activité dans laquelle les services représentent jusqu'à 30 % des revenus générés (maintenance, réparation, pièces détachées...).

Les boissons

Le Groupe SEB est entré dans le marché Professionnel avec l'acquisition du groupe WMF en 2016, lui conférant ainsi un *leadership* mondial en machines expresso automatiques grâce aux marques WMF et Schaerer. Le Groupe SEB dispose de **six sites de production dans le monde**, au service des machines à café et de boissons froides.

Aujourd'hui, l'activité est divisée en trois catégories :

Café expresso automatique



Café filtre et traditionnel



Boissons froides



Schaerer Coffee Soul C

Nouvelle génération de machine à café professionnelle à grains spécialement conçue pour le marché nord-américain, la Schaerer Coffee Soul C prépare du café chaud ou froid sur simple pression d'un bouton. Une machine à la technologie de pointe, personnalisable et connectée, pour un café de qualité supérieure.

Construction du hub de Shaoxing

Le hub de Shaoxing, en Chine, est une réponse concrète à la montée en puissance du Groupe SEB sur le secteur Professionnel. En travaux en 2024, ce nouveau site industriel sera axé sur l'innovation et spécialisé dans la fabrication de machines à café professionnelles. Il permettra de développer de nouvelles catégories de produits, en lien avec la stratégie d'accélération du PCM (*Professional Coffee Machines*). Son objectif ? Proposer de nouvelles gammes à prix compétitifs et renforcer son positionnement sur le marché chinois en plein essor.

60 M€
d'investissements



Le culinaire



Référence mondiale du marché Grand Public dans ses catégories historiques, le Groupe SEB continue de renforcer ses positions dans le segment Professionnel avec l'Activité Culinaire Professionnelle. Cette dernière représente un marché en croissance, porté par le développement de la consommation hors domicile. Une activité qui s'est structurée en 2024, en s'appuyant sur le développement des marques présentes dans le portefeuille du Groupe SEB et sur de nouvelles acquisitions, telles que Sofilac (Lacanche, Charvet...) en 2024 ou La Brigade de Buyer (de Buyer, 32 Dumas...) au tout début de 2025.

L'Activité Culinaire Professionnelle est construite sur quatre familles de produits. Rassemblées sous une même direction, l'ensemble de ces marques est soumis à l'exigence d'excellence du segment Professionnel et Semi-Professionnel, tant dans la conception que dans la fabrication.

Préparation culinaire

pacojet

Articles culinaires

WMF **All-Clad**
METALCRAFTERS

Acquisition 2025

de Buyer
DEPUIS 1928

32 DUMAS
DEPUIS 1928 - THIERRE

SABATIER
DEPUIS 1822 - THIERRE

Cuisson

Krampouz

FORGE ADOUR

CHARVET **LACANCHE**
DEPUIS 1822 - THIERRE

AMBASSADE **OpenCook**

AIR.T

Équipement hôtelier

WMF

HEPP

Zoom sur l'acquisition de Sofilac

En avril 2024, le Groupe SEB a fait l'acquisition du groupe français Sofilac pour renforcer son expertise dans le segment de la cuisson haut de gamme et ainsi poursuivre sa croissance sur les marchés Professionnels et Semi-Professionnels avec des marques emblématiques telles que Charvet et Lacanche. La première constitue une référence du secteur avec ses pianos sur mesure à destination des établissements gastronomiques et de la restauration collective, tandis que la seconde se déploie sur le marché Premium. Le Groupe rassemble également des marques iconiques telles que Ambassade de Bourgogne et Air.T. Outre son expertise dans le domaine de la cuisson, Sofilac dispose d'un savoir-faire unique, à la frontière entre artisanat et industrie : celui de l'émaillage sur métaux dans l'usine de l'Émaillerie Rhénane.



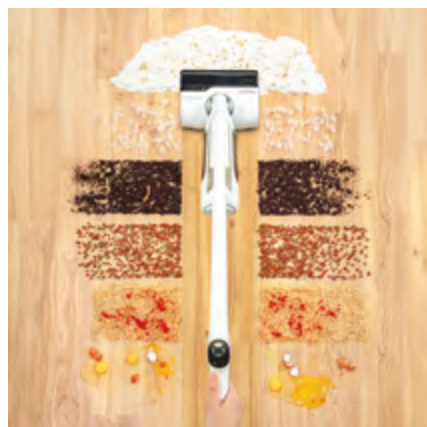
L'innovation life-centric

La culture de l'innovation est une valeur fondamentale qui a forgé le succès du Groupe SEB au fil du temps. Écoute des consommateurs et des nouvelles tendances, savoir-faire technologique, appareils industriels performants, synergies internes : le Groupe est engagé dans une démarche de progrès continu. En innovant dans ses produits, mais aussi dans ses services, le Groupe met tout son potentiel au service des besoins de ses consommateurs pour faciliter leur vie quotidienne.

À la conquête de nouveaux segments de marchés

X-Clean ✓

La gamme d'aspirateurs balais laveurs sans fil X-Clean est capable d'aspirer et de laver deux fois plus rapidement. Toutes sortes de déchets (liquides ou solides) et de taches sur les sols durs disparaissent en un seul passage. Une gamme 2-en-1 pour une expérience sans effort.



Pizza Pronto ^

Le four à pizza à gaz, Pizza Pronto, garantit une cuisson homogène à haute température pour une pâte moelleuse à cœur, légèrement croustillante à l'extérieur et des garnitures cuites à la perfection. Tout cela en 90 secondes, grâce à sa pierre rotative actionnable manuellement.



Clean It >

La shampoineuse Clean It élimine efficacement toutes les taches du quotidien sur différents types de textiles, grâce au nettoyage en trois actions : pulvérisation de l'eau et de la solution nettoyante, brossage et aspiration puissante.



AeroSteam ^

Révolution pour le soin du linge, AeroSteam est le nouveau défroisseur à main conçu et fabriqué en France. Grâce à sa technologie OptiFlow brevetée et ultraperformante, qui combine vapeur et aspiration, il défroisse une chemise en moins de 3 minutes sans réglage, planche à repasser ni crochet.



Nano ^ v

Le nouveau sèche-cheveux Nano, ultracompact et puissant, révolutionne le marché grâce à la technologie de son moteur à grande vitesse et à son capteur de température ultraprécis.



L'amélioration continue de nos catégories phares

Easy Fry XL Surface ✓

Sur le marché en pleine expansion des air fryers, l'Easy Fry XL Surface repousse l'innovation avec un format inédit. Doté de 10 programmes prédéfinis et d'une cuve de 4 l au design révolutionnaire, il permet de faire des frites et du poulet, mais aussi des pizzas ou des tartes d'un diamètre de 28 cm en un rien de temps, grâce à sa double résistance chauffante.



Blend-Up ^

Lancé sur 46 marchés, Blend-Up est le nouveau blender personnel au design compact et le premier mixeur du marché, doté de 6 programmes culinaires et d'un mode silencieux. Avec son moteur de 1 000 W et ses 6 lames Powelix, son utilisation est rapide et efficace.

Perfection 600 Series ✓

La gamme de machine à café à grains Perfection s'agrandit avec la Série 600 et ses trois nouvelles déclinaisons. Plus compacte que ses grandes sœurs, elle permet de réaliser 19 recettes différentes et comprend une fonction inédite dédiée au Nitro Coffee, une boisson froide tendance.



Gamme Precision ✓

Entièrement fabriquée en acier inoxydable et dotée d'un design élégant, grâce à son manche au motif exclusif, la gamme Precision deviendra l'allié de tous les cuisiniers. Sa pointe aiguïlée et son angle de coupe (22°) garantissent une coupe nette et précise au quotidien.



< i-Companion Pro

Robot chauffant multifonction fabriqué en France, i-Companion Touch est conçu pour simplifier la cuisine. Il hache, mélange, pétrit, mixe, pèse, cuit et bien plus encore ! Avec son écran tactile intuitif, il guide les utilisateurs à chaque étape pour une réussite à tous les coups, quelle que soit la recette. Polyvalent et compact, il optimise l'espace tout en offrant une connectivité WiFi pour accéder à plus de 6 000 recettes gratuites.



< Ingenio

Grâce à sa poignée amovible, les poêles de la gamme Ingenio s'empilent parfaitement et permettent de gagner jusqu'à 70 % d'espace dans les placards (comparées à des poêles Tefal à manche fixe). Les poêles Ingenio sont aussi très versatiles puisqu'elles peuvent être utilisées sur toutes les plaques de cuisson, servir de plat à four, être utilisées pour le service à table et même aider à conserver les restes au frigo.





A photograph of a man and a young boy in a field at sunset. The man is seen from behind, wearing a light blue striped shirt, carrying the boy on his shoulders. The boy is wearing a blue and white plaid shirt. They are both looking towards the horizon where the sun is setting, creating a warm, golden glow. The field is filled with tall, dry grass.

**Notre ambition
RSE**

Une ambition RSE au cœur de la stratégie d'entreprise

Pionnier dans le domaine de la réparabilité et de la durabilité de ses produits, le Groupe SEB a toujours mis la RSE au cœur de sa démarche. En s'appuyant sur le succès de son précédent plan 2018-2023, le Groupe a lancé sa nouvelle ambition RSE 2024-2030 : « Agir pour mieux vivre ». La Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE) est au cœur de la vision stratégique du Groupe SEB, guidant ses actions et ses décisions dans la durée. À travers des initiatives concrètes, le Groupe témoigne de son engagement sans relâche à répondre aux défis globaux, tout en renforçant son impact positif sur la société et l'environnement. Ces projets, soutenus par la mobilisation active de ses collaborateurs à travers le monde, illustrent la puissance de son approche collective et l'ampleur de son engagement à bâtir un avenir plus responsable et durable.

Un engagement ancré depuis toujours


1857

Création d'un atelier de ferblanterie à Selongey

2004

Création de la Direction Développement Durable

2010

1^{re} gamme d'articles culinaires en aluminium 100 % recyclé

2003

Signature du Pacte Mondial de l'ONU



United Nations Global Compact

2007

Création du Fonds Groupe SEB


2018-2023

Lancement de la première ambition RSE


2015

Engagement « Réparable 10 ans »


2012

- Code éthique
- Première Politique d'éco-conception

2018

Premiers objectifs SBTi, neutralité carbone d'ici à 2050


2014

1^{re} Charity Week


RépareSeb
2020

Ouverture de l'atelier RépareSeb

2022

Création du Comité stratégique et RSE

2021

- Engagement « 15 ans réparable au juste prix »
- Création de l'auto-label « ECOdesign »
- Engagement act4nature


2024-2030

- Lancement de la nouvelle ambition RSE
- Validation SBTi objectifs court terme 2030 et Net-Zéro 2050



Avec sa nouvelle stratégie ACT, « Agir pour mieux vivre 2024 », le Groupe SEB affirme son ambition ESG pour la période 2024-2030 à travers une feuille de route structurée, chiffrée et entièrement intégrée à l'ensemble de ses activités.

Reposant sur un socle de valeurs fortes – éthique, responsabilité, respect de l'humain – cette démarche s'organise autour de trois piliers complémentaires :

Agir pour la nature, Agir en leader pour l'économie circulaire et Agir pour tous.

Présentée sous la forme d'une maison, cette stratégie incarne la volonté du Groupe de conjuguer performance, durabilité et impact positif, depuis la conception des produits jusqu'à leur distribution.

Son objectif ultime, symbolisé par le toit de la maison : faciliter et embellir la vie quotidienne des consommateurs et contribuer au mieux-vivre, partout dans le monde.

**Faciliter et embellir
la vie quotidienne
des consommateurs et contribuer
au mieux-vivre, partout dans le monde**



**Agir
pour la nature**

CLIMAT

EAU

SUBSTANCES



**Agir en leader
pour l'économie
circulaire**

ÉCOCONCEPTION

MODÈLE D'AFFAIRES
RECONDITIONNÉ



**Agir
pour tous**

FOURNISSEURS

CONSOMMATEURS

EMPLOYÉS

COMMUNAUTÉS



Agir de manière responsable et éthique



Agir pour la nature



Combattre le changement climatique et préserver la biodiversité ainsi que les ressources naturelles sont des priorités essentielles. À travers des innovations sur nos sites industriels et dans la conception de nos produits, nous visons à réduire significativement nos émissions de gaz à effet de serre. Nous visons d'atteindre l'objectif Net-Zéro de la SBTi d'ici à 2050, l'engagement international le plus exigeant en matière de climat, afin de contribuer à limiter le réchauffement climatique à +1,5 °C. Nous prendrons également des mesures pour réduire encore notre consommation d'eau et notre empreinte sur la biodiversité.

Action RSE

Le site de Pont-Évêque décarbone son outil industriel

Seul site industriel européen à fabriquer des fers à repasser, des centrales vapeur et des défroisseurs, l'usine Calor de Pont-Évêque a inauguré sa toute nouvelle chaufferie biomasse⁽¹⁾ à l'occasion d'un événement festif qui célébrait les 60 ans du site. Deux nouvelles chaudières ont remplacé les précédentes fonctionnant au gaz naturel. Le chauffage représentant 80 % de la consommation de gaz du site, on estime à 45 % la réduction des émissions de gaz à effet de serre (GES), soit environ 500 t CO₂/an dès 2025. Cette initiative contribue à l'objectif de réduction de 42 % des émissions de GES liées aux sites de production à l'horizon 2030 et s'inscrit dans une démarche durable en s'appuyant sur un approvisionnement en plaquettes forestières issues d'exploitations raisonnées localement (Auvergne-Rhône-Alpes), dont 25 % sont certifiées FSC et PEFC.



Une réduction accélérée des émissions produits

Plusieurs solutions sont développées par les bureaux d'études afin de réduire la consommation des produits pendant leur utilisation :

- Changement de moteur pour avoir un meilleur rendement : l'amélioration de l'efficacité énergétique des produits se fait grâce à des innovations techniques, sans compromis sur la performance. Par exemple, les moteurs Effitech permettent d'économiser jusqu'à 50 % d'énergie sur les aspirateurs et 65 % d'énergie sur les ventilateurs.
- Déploiement de *nudges* : solutions techniques douces et non contraignantes pour inciter les consommateurs à adopter des comportements plus durables. Par exemple, le choix du mode « éco » permet d'économiser 30 % d'énergie sur les fers à repasser et jusqu'à 45 % sur les générateurs vapeur. Sur les bouilloires, la technologie permettant de choisir la température précise de chauffe de l'eau et le symbole indiquant la quantité d'eau pour une tasse permettent au consommateur d'ajuster la consommation d'énergie à son besoin.

(1) Cette installation a bénéficié d'une subvention dans le cadre du Contrat Chaleur renouvelable du Département de l'Isère, financé par l'ADEME via le Fonds Chaleur.



Agir en leader pour l'économie circulaire

La conservation des ressources et la réduction des déchets sont des défis majeurs à chaque étape du cycle de vie de nos produits, nous incitant à réduire, réutiliser et recycler davantage. Nous accélérerons notre démarche d'écoconception pour continuer à minimiser l'empreinte environnementale de nos produits, tout en capitalisant sur cette expertise pour ouvrir la voie vers une économie plus circulaire grâce à des initiatives innovantes.



Action RSE



Le Groupe SEB révolutionne le plastique recyclé

Initié par l'équipe Design, le projet ORPlast a permis de co-développer une matière plastique ABS recyclée colorée, soit neuf références couleurs et deux nouveaux grains spécifiques. Le Groupe SEB relève le défi ambitieux de rendre le plastique recyclé plus attractif pour les consommateurs et plus inspirant pour ses équipes de développement. Des matériaux ont été déclinés dans la catégorie « Préparation des aliments », mais aussi sur certains aspirateurs produits à Vernon, ou encore sur des machines à café conçues à Mayenne. Ce projet a reçu le soutien de l'ADEME et a abouti grâce à un partenariat étroit avec le fournisseur de matière plastique recyclée Skytech, ainsi qu'à la collaboration d'autres industriels français de la chaîne de valeur. Une innovation récompensée par une médaille d'argent dans la catégorie « co-constructions », lors de la Nuit de la RSE.



Tefal : première filière mondiale de recyclage de poêles

Tefal met en place un dispositif industriel inédit pour assurer la collecte massive d'ustensiles de cuisson usagés, toutes marques confondues. Ce projet repose sur plus de 10 ans d'expérience en collecte et recyclage, avec plus de 2 millions de poêles déjà récupérées. Tefal passe aujourd'hui à l'échelle nationale pour créer une véritable boucle circulaire de recyclage. Cette initiative ambitieuse vise à collecter jusqu'à 20 millions de poêles en France d'ici à 2027, en les transformant en nouveaux produits grâce à un processus de recyclage innovant et responsable. Ce recyclage permet d'économiser plus de 90 % d'énergie par rapport à la production d'aluminium vierge. Pour optimiser cette filière, Tefal a déposé trois brevets dédiés à l'amélioration du tri des matériaux, à la compatibilité alimentaire des matériaux recyclés et à la réduction de l'impact environnemental.





Agir pour tous

Parce que notre responsabilité s'étend à l'ensemble de notre chaîne de valeur, nous nous engageons pour un environnement de travail sûr et inclusif, des achats responsables, la promotion d'une consommation durable et le soutien aux communautés locales.



Action RSE



Une politique d'achat responsable >

Grâce à ses relations étroites avec ses fournisseurs, le Groupe SEB garantit le respect de normes élevées en matière d'approvisionnement responsable, d'éthique et de conformité réglementaire. La Charte des achats responsables a été actualisée en 2024 et fixe des exigences strictes en matière d'approvisionnement responsable, en intégrant des engagements environnementaux et sociaux et en proscrivant les approvisionnements controversés ainsi que l'utilisation de matériaux provenant de zones de conflit. Plus de 80 % des fournisseurs se sont engagés à respecter cette Charte d'ici fin 2024, dont l'application est contrôlée par des audits sur sites réalisés par des prestataires externes. Pour accompagner ses principaux fournisseurs vers des normes sociales et environnementales encore plus élevées, le Groupe lance un nouveau programme visant à en mobiliser 500, représentant environ 80 % de son empreinte carbone. Des feuilles de route sont élaborées afin d'aligner les standards sur ceux du Groupe.

< Pour un environnement inclusif et équitable

En 2024, le Groupe SEB a renforcé ses actions en faveur de l'inclusion, avec des initiatives concrètes pour accompagner les talents et promouvoir la mixité.

Un programme de *mentoring* international a réuni 20 binômes mentor/mentoré, avec une attention particulière portée à l'équilibre de genre. En France, sept collaboratrices ont participé à un parcours de co-développement pour soutenir leur évolution professionnelle. Ce programme leur a permis de travailler en groupe sur des problématiques managériales, avec l'appui d'un expert externe. En parallèle, 80 % des managers d'équipe dans le monde ont suivi une formation dédiée au management inclusif. Ces actions soutiennent le *Gender Balance Acceleration Plan/Plan d'accélération* pour la mixité, qui vise à atteindre 50 % de femmes managers au sein du Groupe et 32 % de femmes dans les postes clés d'ici à 2030.



HORIZON 2024

« HORIZON 2024 », le succès du plan d'actionnariat salarié

Fidèle à son histoire et dans une volonté de continuer d'associer ses salariés au développement de leur entreprise et à sa création de valeur, le Groupe SEB a mis en place un nouveau plan d'actionnariat salarié baptisé « Horizon 2024 ».

Le succès est au rendez-vous

Lancé dans 37 pays auprès d'environ 19 000 personnes éligibles, le taux de souscription a atteint 28 % dans le monde (50 % en France, représentant plus d'un tiers des collaborateurs éligibles). Le montant total du plan s'élève à plus de 19 millions d'euros, représentant plus de 264 000 actions, abondement de l'entreprise inclus. À l'issue de l'opération, la participation des collaborateurs au capital se renforce pour atteindre 3,36 %. Cette souscription est la preuve de la confiance des collaborateurs dans le management et la stratégie du Groupe SEB.

10 ans de Charity Week avec un engagement mondial

Au sein du Groupe SEB, la solidarité est une force collective, portée par nos collaborateurs aux quatre coins du monde. En soutenant, à travers le Fonds Groupe SEB, l'insertion, l'éducation, l'accès à un logement ou à une alimentation saine, nous réaffirmons la conviction que notre responsabilité va au-delà de nos produits. Elle s'incarne dans chaque geste de solidarité, chaque action menée sur le terrain. Ce sont nos équipes qui donnent vie à cet engagement en y consacrant leur énergie, leur temps, leur cœur. Parce qu'agir pour tous, c'est agir ensemble.

Ils témoignent...

10^e édition

de la Charity Week

98 sites

ont participé en 2024,
un record

Égypte

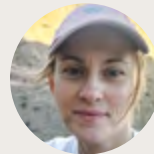


Omar Hassan,
Responsable
des Achats
Administratifs,
Borg El-Arab

« Depuis que j'ai rejoint le Groupe SEB, j'ai eu la chance de participer à plusieurs actions caritatives en Égypte, notamment auprès d'orphelinats et de centres pour personnes en situation de handicap. À la maison San Mark, plus de 20 personnes ont pu bénéficier de fruits biologiques — grenades et goyaves — cultivés dans notre usine de Borg El-Arab. Cette culture d'entraide reflète parfaitement l'esprit du Groupe : humain, solidaire, engagé. Je suis fier de faire partie d'une entreprise qui donne du sens à l'action, et impatient de contribuer à de nouvelles initiatives. »



Émirats arabes unis



Daria Levitskaya,
Directrice des ressources
humaines Moyen-Orient,
Dubaï

« Au sein de l'équipe, nous croyons au pouvoir des petites actions. En plantant 24 arbres de mangrove dans la réserve naturelle d'Al Zorah, à Ajman, nous avons réalisé un geste concret pour réduire notre empreinte carbone et protéger un écosystème essentiel. Ce moment, vécu en pleine nature, nous a rappelé que chaque geste compte, surtout lorsqu'il est porté collectivement. »



Chine

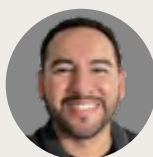


Feng Huihui,
Ingénieure
emballage,
Shaoxing

« En Chine, nous étions huit collaborateurs de SUPOR à avoir la chance de passer du temps avec les enfants d'une école soutenue par le Groupe. Dans l'établissement scolaire SUPOR de Delong, après seulement deux cours, une élève m'a appelée : *"Êtes-vous Mlle Feng de SUPOR ? Vous me manquez tellement !"* Ce lien simple, mais sincère, m'a profondément touchée. Si ces moments partagés peuvent éveiller des rêves et encourager un enfant à croire en un avenir différent, alors notre engagement prend tout son sens. »



États-Unis



Christopher Orozco,
Manager efficacité
industrielle,
Montebello

« Distribuer des kits alimentaires et d'hygiène à des femmes sans abri, offrir des jouets à des familles en difficulté... Cette expérience m'a ouvert les yeux sur une autre réalité de notre monde. Voir notre communauté se mobiliser avec autant de générosité m'a profondément marqué. Il y a tant de personnes bienveillantes prêtes à faire la différence — et cela m'inspire à faire de même. »



France

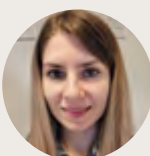


Laïla Ambrosino,
Directrice produit
international cuisson
conviviale, Écully

« J'ai eu le plaisir d'accompagner des demandeurs d'emploi en situation de précarité au sein de l'association PERLE. Leur résilience et leur détermination m'ont profondément émue. Ensemble, nous avons travaillé sur leurs compétences, simulé des entretiens d'embauche et renforcé leur confiance. L'une des candidates, Léonie, mère célibataire, a décroché un contrat de travail à la suite de notre séance, et cela me remplit de fierté. »



Europe centrale et méridionale



Madalina Cojocaru,
Assistante ressources
humaines Europe
centrale et méridionale,
Bucarest

« La *Charity Week* est un projet merveilleux qui nous permet de vivre la magie de Noël tout en agissant concrètement. Chacun de nous peut y participer et contribuer à sa manière. La satisfaction de donner de l'espoir et de la joie aux personnes qui nous entourent est incomparable. C'est un moment que nous attendons chaque année avec impatience, heureux de pouvoir apporter notre aide à ceux qui en ont besoin. »

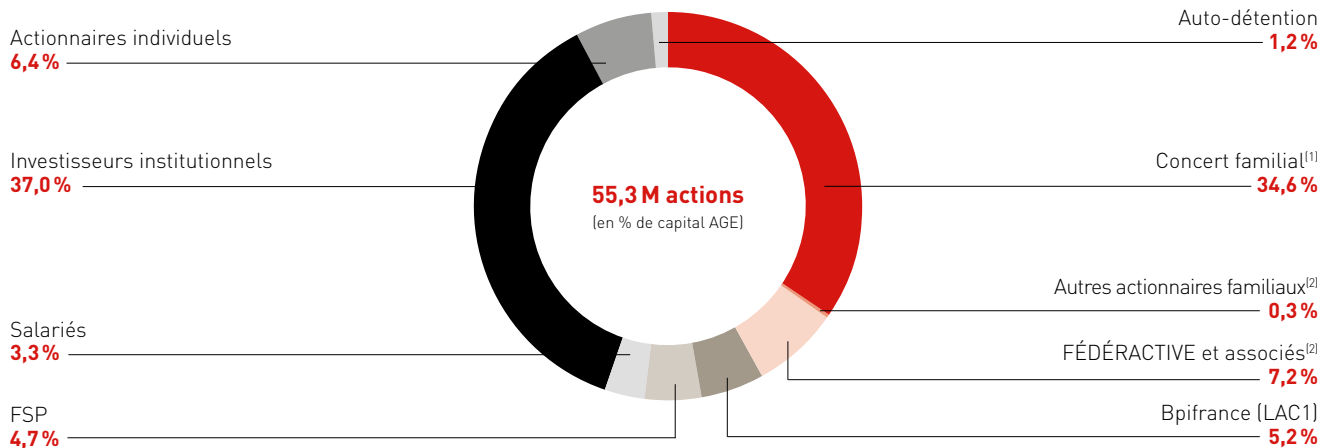




Performance

Répartition du capital et des droits de vote

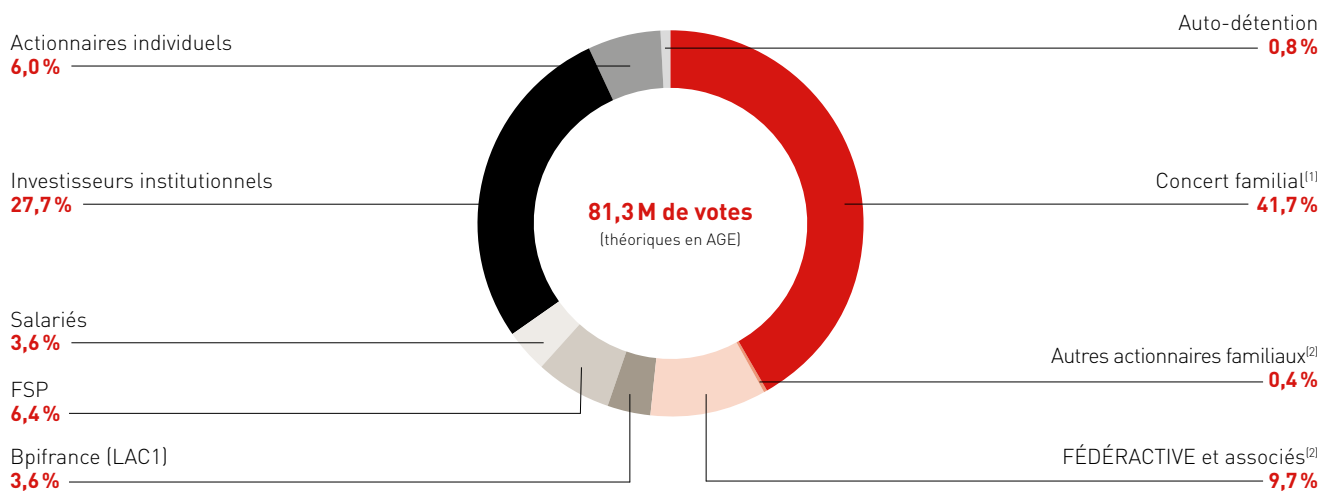
Répartition du capital au 31/12/2024



■ Actionnaires issus du Groupe Fondateur
■ Flottant = 43,4 % du capital

(1) Actionnaires issus du Groupe Fondateur poursuivant l'action de concert initiale (Pacte du 27/02/2019) incluant VENELLE INVESTISSEMENT, GÉNÉRACTION, HRC et d'autres actionnaires familiaux.
(2) Actionnaires issus du Groupe Fondateur

Répartition des droits de vote au 31/12/2024



■ Actionnaires issus du Groupe Fondateur
■ Flottant = 33,7 % des droits de vote

(1) Actionnaires issus du Groupe Fondateur poursuivant l'action de concert initiale (Pacte du 27/02/2019) incluant VENELLE INVESTISSEMENT, GÉNÉRACTION, HRC et d'autres actionnaires familiaux.
(2) Actionnaires issus du Groupe Fondateur

Performance financière

Le Groupe SEB a réalisé une performance solide en 2024. La croissance de l'activité Grand Public est restée régulière et soutenue, et l'activité courante en Professionnel a affiché une bonne dynamique, au-delà de l'effet calendaire lié aux grands contrats.

Les données sociales, environnementales et sociétales témoignent également de l'engagement responsable du Groupe, qui se renforce au fil des années.

CHIFFRE D'AFFAIRES

8 266 M€

+ 3,2 % • + 5,0 % à TCPC⁽¹⁾

ROPA

802 M€

+ 10,5 %

RÉSULTAT NET

422 M€⁽²⁾ (232 M€)

+ 9,3 %

DETTE NETTE

1 926 M€

Cash-flow libre : 260 M€

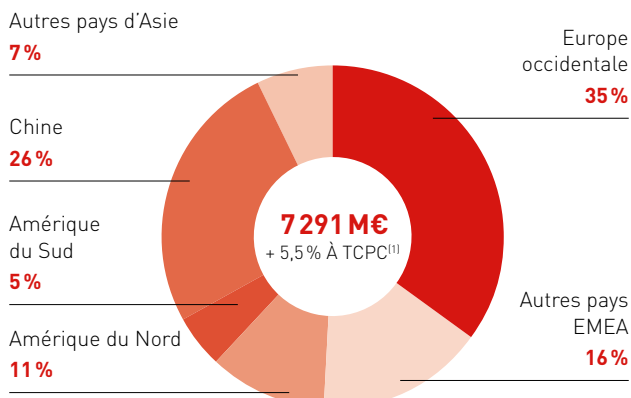
DETTE NETTE/ EBITDA AJUSTÉ

1,8

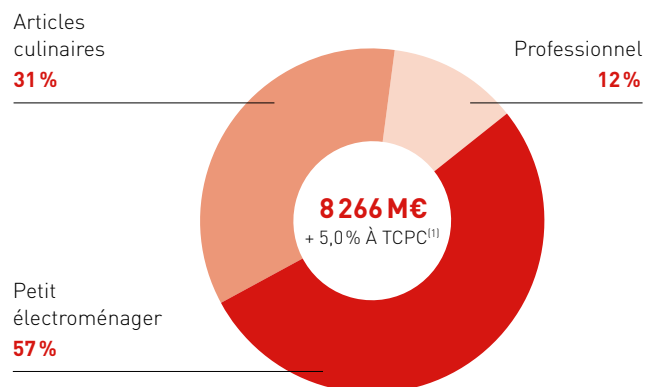
1,8 au 31/12/2023

Répartition des ventes dans le monde

VENTES GRAND PUBLIC PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE

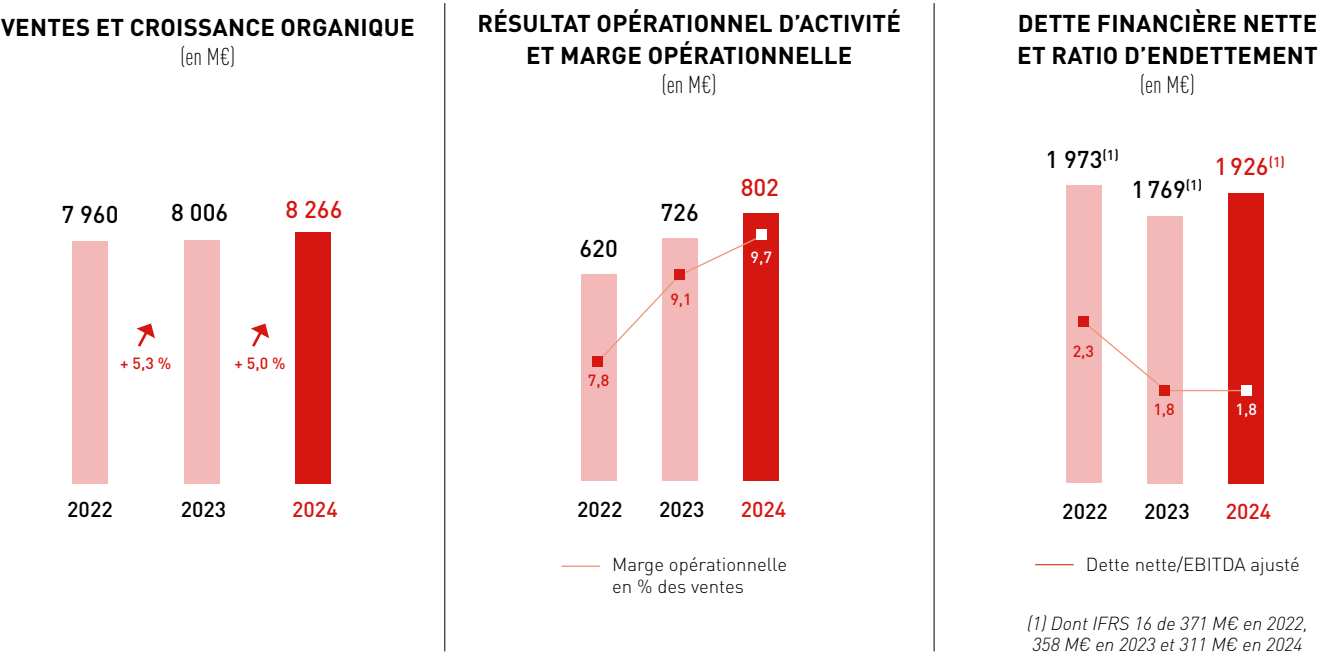


PAR ACTIVITÉ

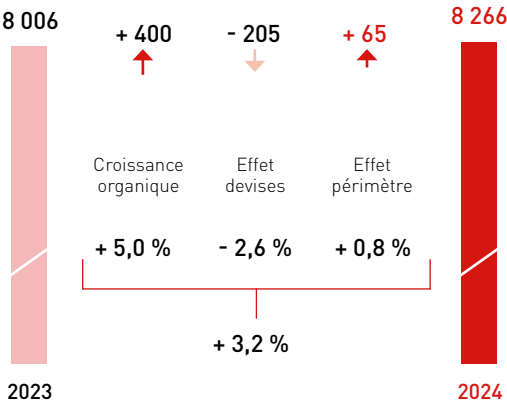


(1) Taux de change et périmètre constants

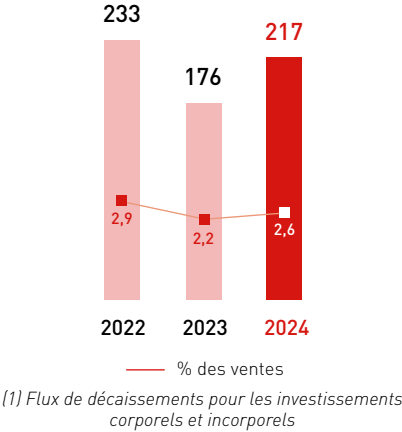
(2) Retraité de la provision au titre de l'amende de l'Autorité de la concurrence en France.



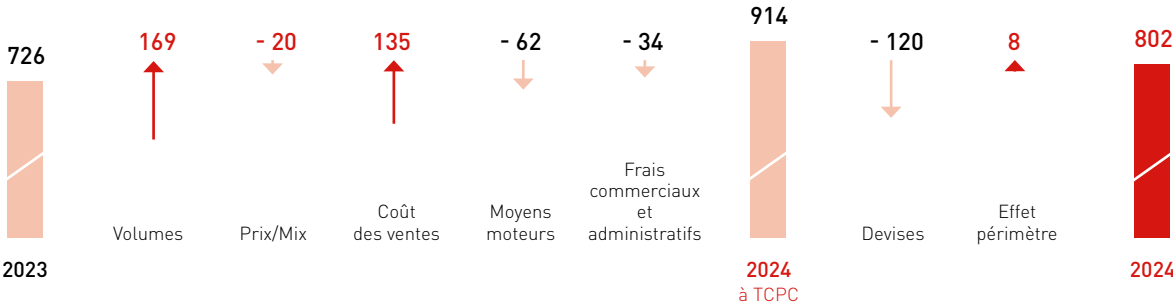
ÉVOLUTION DES VENTES 2023/2024
(en M€)



INVESTISSEMENTS
(en M€)⁽¹⁾



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

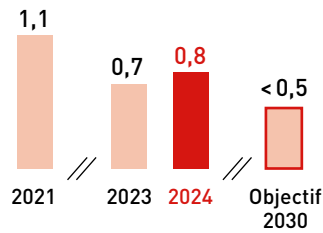


Performance extra-financière

Performance sociale et sociétale

SANTÉ ET SÉCURITÉ DES EMPLOYÉS

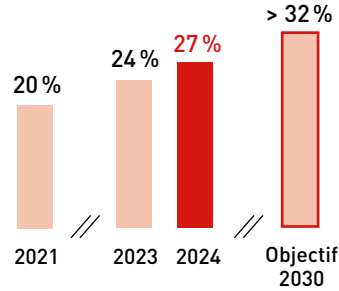
Accidents au travail
(Lost time injury rate⁽¹⁾)



(1) Taux d'accidents avec arrêt de travail

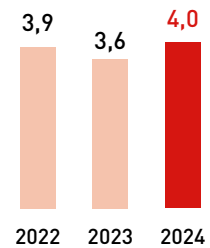
DIVERSITÉ

Pourcentage de femmes aux postes de direction



PHILANTROPIE

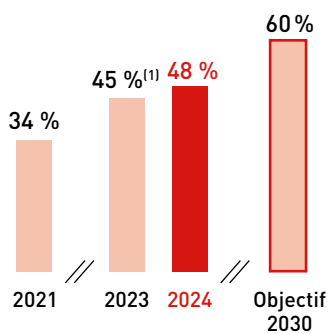
Dépenses de mécénat, total Groupe (en M€)



Performance environnementale

MATÉRIAUX RECYCLÉS

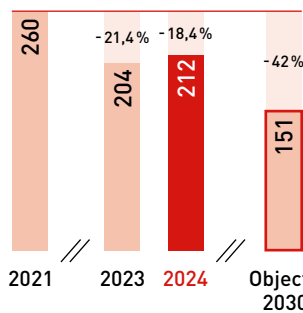
Pourcentage de matériaux recyclés dans les emballages et produits fabriqués par le Groupe



(1) Donnée ajustée

ÉMISSIONS DE GES SCOPES 1 & 2

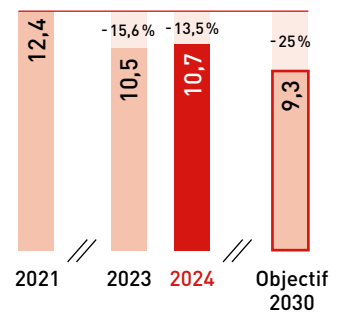
Évolution des émissions de gaz à effet de serre
(kt CO₂ eq., réf. 2021⁽¹⁾)



(1) Engagements SBTi pris par rapport à 2021
— : % vs 2021

ÉMISSIONS DE GES SCOPE 3⁽¹⁾

Évolution des émissions de gaz à effet de serre
(Mt CO₂ eq., réf. 2021⁽²⁾)



(1) Inclus : scopes 3.1, 3.4 et 3.11
(2) Engagements SBTi pris par rapport à 2021
— : % vs 2021

L'année 2024 a été marquée par une solide croissance de l'activité, entraînant une augmentation modérée de 3,5 % des émissions totales de gaz à effet de serre (GES) par rapport à 2023.

Cette hausse est bien maîtrisée et inférieure à la croissance de l'activité, ce qui reflète les efforts constants du Groupe pour réduire son impact environnemental.

+ DE 90 %
de produits de Petit électroménager estampillés
« produit réparable 15 ans au juste prix »⁽¹⁾

(1) En dehors de la marque Supor (Chine) et des nouvelles acquisitions en cours d'intégration



Le Groupe SEB a maintenu son classement « A- » de l'agence CDP (Carbon Disclosure Project) dans la catégorie « climat » pour ses actions visant à réduire ses émissions, à atténuer les risques climatiques et à développer une économie à faibles émissions de carbone.



Avec un score global de 78/100 (+8 pts vs 2021), le Groupe SEB a également obtenu le rating EcoVadis Platinum fin 2023, ce qui le positionne dans le top 1 % des entreprises évaluées dans l'année, avec plus de 30 points au-dessus de la moyenne de son secteur.

Performance des parties prenantes

Collaborateurs, fournisseurs, pouvoirs publics, communautés locales et actionnaires, dans le monde entier, bénéficient des retombées économiques et financières de la performance du Groupe SEB. Le partage de la valeur créée se fait selon des choix stratégiques qui permettent au Groupe de nourrir ses objectifs et de préparer l'avenir de manière responsable.

Principaux flux de trésorerie entre le Groupe et ses différentes parties prenantes

CLIENTS

8 266 M€

- EMEA : 47 %⁽¹⁾
- Asie : 32 %⁽¹⁾
- Amériques : 17 %⁽¹⁾

*Les produits sourcés représentent 37 %⁽¹⁾ des ventes.
(1) Hors Storebound*

GRUPE SEB

Sommes conservées

595,9 M€

Refinancement des investissements : 295,1 M€

Variations de provisions liées aux risques
de l'activité : 212,7 M€⁽²⁾

Mises en réserves propres : 88,1 M€

*(2) Comprend la provision de 189 M€ au titre de l'amende
de l'Autorité de la concurrence en France.*

Répartition par partie prenante

FOURNISSEURS

5 624,5 M€

auprès de 26 000 fournisseurs
pour l'ensemble du Groupe.

COLLABORATEURS

1 516,9 M€

Versés à près de
32 000 collaborateurs,
79 % salaire brut,
21 % charges sociales.
21,7 M€ de participation et
d'intéressement à verser en 2024.

ACTIONNAIRES

194,6 M€

Versés en 2024 au titre
de l'exercice 2023.

DONS

4 M€

Dons faits aux associations et ONG via
le Fonds Groupe SEB et/ou les filiales
internationales dans le cadre
de la politique mécénat du Groupe.

ÉTAT ET COLLECTIVITÉS LOCALES

214,4 M€

Impôt sur les sociétés : 137,5 M€
Impôts locaux : 76,9 M€

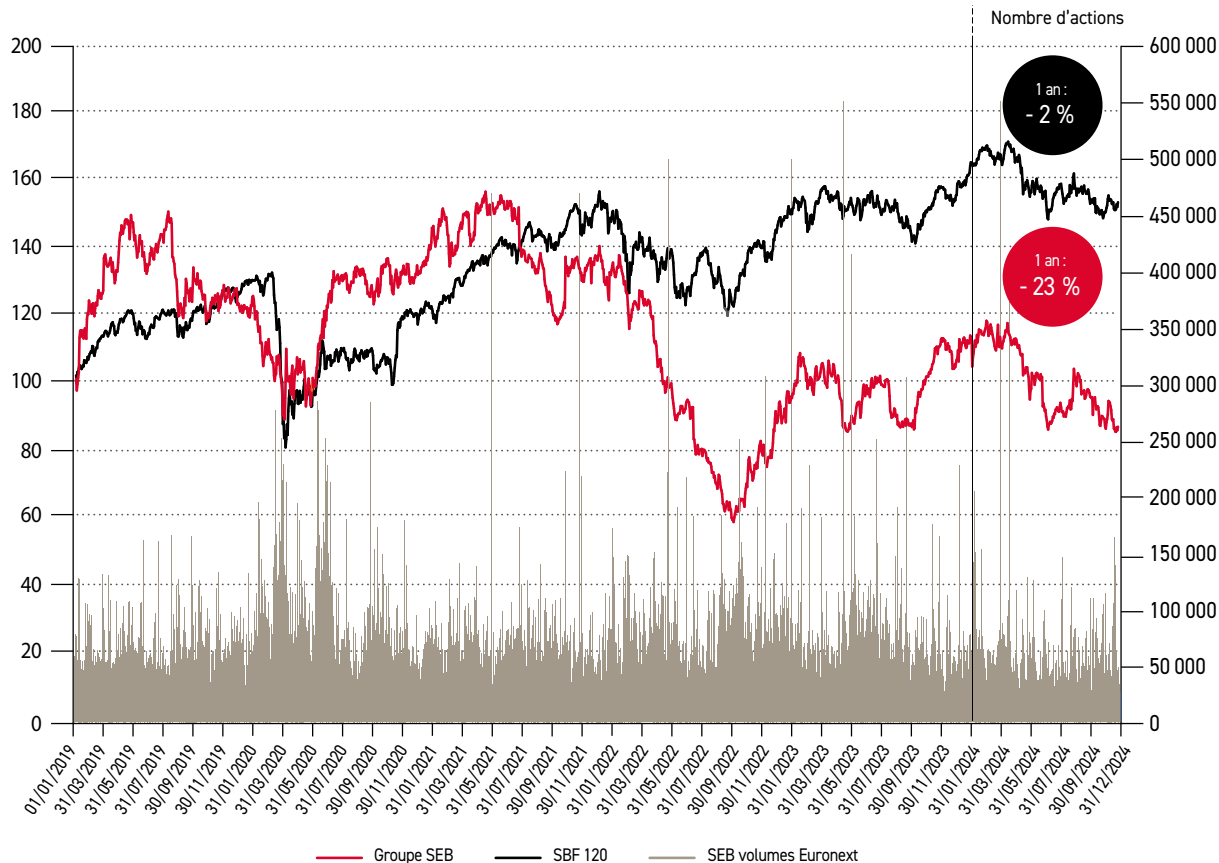
BANQUES ET INVESTISSEURS OBLIGATAIRES

119,7 M€

Principalement charges financières
liées aux intérêts d'emprunts
bancaires.

Performance boursière

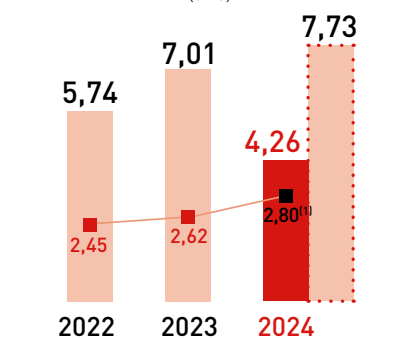
Évolution du cours de l'action depuis le 01/01/2019



FICHE SIGNALÉTIQUE

Place de cotation Euronext Paris, Compartiment A
 Code ISIN FR0000121709
 Code LEI 969500WP61NBK098AC47
 Date d'introduction 27 mai 1975
 Nombre d'actions 55 337 770 actions de 1 € de nominal
 Indices boursiers CAC® Mid 60, SBF® 120, CAC® Mid & Small, CAC® All-Tradable, STOXX® Europe 600, Vigeo Europe 120, MSCI Small Caps, Euronext CDP Environment France, Euronext Family Business
 Autres informations Éligible au SRD
 Tickers Reuters : SEBF.PA, Bloomberg : SK.FP

RÉSULTAT NET PAR ACTION ET DIVIDENDE (en €)



■ Résultat net par action

— Dividende

Retraité de la provision au titre de l'amende de l'Autorité de la concurrence en France.

(1) proposé à l'Assemblée Générale du 20 mai 2025

PERFORMANCE 2024

Au 31/12/2024

Cours de clôture (en €) : 87,50
 Capitalisation boursière (en M€) : 4 842
 + haut (en séance, en €) : 120,20
 + bas (en séance, en €) : 84,75
 Moyenne de l'année (cours de clôture, en €) : 102,92
 Moyenne des 30 derniers cours de clôture de l'année (en €) : 89,71
 Moyenne journalière des transactions (en actions) : 59 888

Service Actionnaires

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

Service Titres SEB - BP2S - Corporate Trust Services

+33 (0)1 57 43 90 00 - formulaire de contact disponible sur le site planetshares.bnpparibas.com/login



32 DUMAS
DEPUIS 1882 - TRIERS

AKT-@

All-Clad
METALCRAFTERS

AMBASSADE
DE DOURGOGNE

ARNO

ASIA

calor



clock

Curtis

DASH

de Buyer
DEPUIS 1828

emsa

FORGE ADOUR



IMUSA

ORIGINAL
KAISER

Krampouz

KRUPS

La San Marco

LACANCHE
Fourneaux de France

Lagostina

MAHARAJA
—WHITELINE—

MIRRO

Moulinex

OBH
NORDICA

Open'Cook

pacojet

PANEX

pëbbly

Rochedo

Rowenta

SABATIER
DEPUIS 1810 - TRIERS

samurai

Scaritech
INTERNATIONAL

schaerer

SEB

Silit

SUPOR

T-fal

Tefal

umco

WearEver

WMF

zummo

Groupe SEB

Campus SEB - 112, chemin du Moulin Carron 69130 Écully - France/Tél. : +33 (0)4 72 18 18 18



www.groupeseb.com

Direction de la Communication Groupe SEB

Conception, Création éditoriale et graphique, rédaction et réalisation : **TERRE DE SIENNE**

Ce rapport d'activité est imprimé sur des papiers issus de forêts gérées durablement.

Crédits photos : Louis Bontemps, Jean-François Deroubaix, EPOKA/Romain Saillet, Groupe SEB, Alain Guillemaud, iStock, Kuantom, Felix Ledru, Pierre Meyer AE Médias, PERLE, TBWA



