



# Ventes et Informations financières

## 9 mois 2026

Ecully, 22 octobre 2026



Webcast en anglais en cliquant sur ce [lien](#) ou sur [groupeseb.com](https://groupeseb.com)

## AVERTISSEMENT

Cette présentation peut contenir des déclarations de nature prévisionnelle concernant l'activité, les résultats et la situation financière du Groupe SEB. Ces anticipations reposent sur des hypothèses qui semblent raisonnables à ce stade, mais qui dépendent de facteurs exogènes tels que l'évolution des cours des matières premières, des parités monétaires, de la conjoncture économique, de la demande sur les grands marchés du Groupe et de l'impact des lancements de nouveaux produits par la concurrence.

Du fait de ces incertitudes, le Groupe SEB ne peut être tenu responsable pour d'éventuels écarts par rapport à ses anticipations actuelles qui seraient liés à la survenance d'événements nouveaux ou d'évolutions non prévisibles.

Les facteurs pouvant influencer de façon significative les résultats économiques et financiers du Groupe SEB sont présentés dans le Document d'Enregistrement Universel et Rapport Financier Annuel déposé à l'AMF.

Ce document peut contenir des données chiffrées arrondies individuellement. Les calculs arithmétiques basés sur des données chiffrées arrondies, en euros ou en pourcentage, pourraient présenter des différences avec les sous-totaux.

01 Éléments clés 9 mois 2026

02 Plan Rebond & Perspectives 2026

03 Annexes

01

# Éléments clés 9 mois 2026



# Chiffres clés à fin septembre 2026

Ventes 9 mois

**5 707 M€**

+ 0,8 % publié

+ 1,1 % à tcpc vs. 2025

Ventes T3

**1 964 M€**

+ 2,5 % publié

- 0,1 % à tcpc vs. 2025

ROPA 9 mois

**333 M€**

+ 24,5 % vs. 2025

ROPA T3

**161 M€**

+ 8,7 % vs. 2025

# ROPA en progression – Exécution du plan Rebond conforme aux attentes

## Objectifs 2026 confirmés et précisés



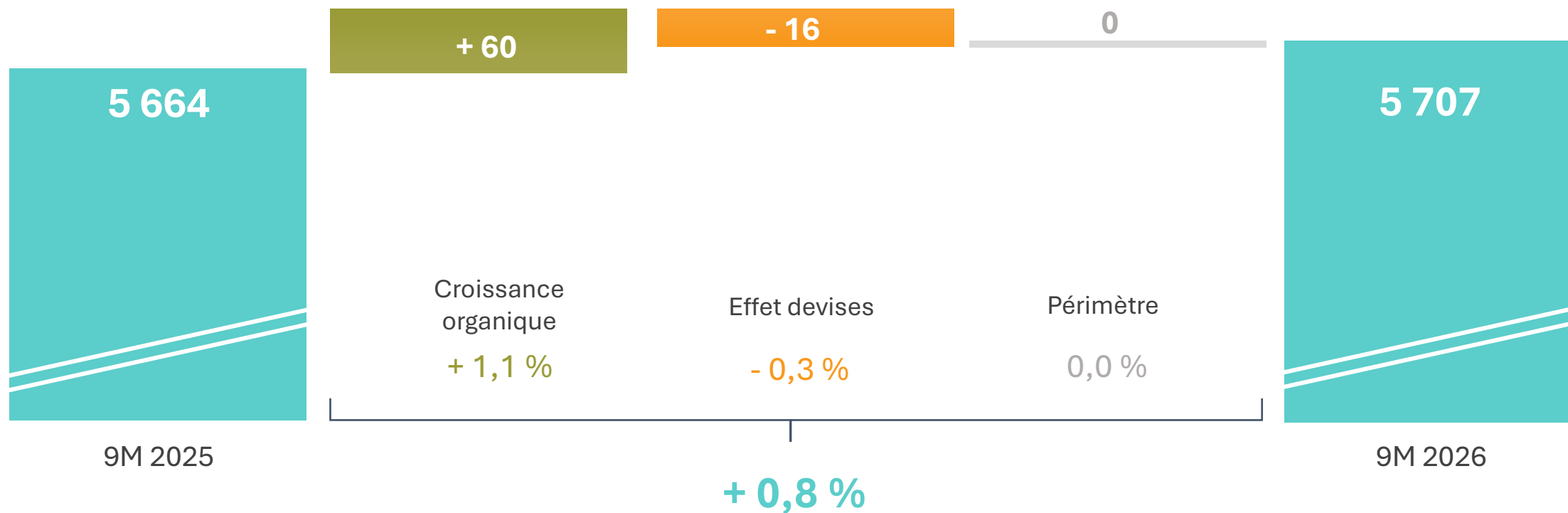
- > Environnement économique et géopolitique toujours peu porteur
- > Marchés du Petit Equipement Domestique encore résilients, prudence dans la distribution
- > Ventes stables à tpc au T3 et en légère croissance sur 9 mois
- > ROPA + 9 % au T3 et + 25 % sur 9 mois, porté par nos leviers internes
- > Plan Rebond : exécution conforme aux attentes, en ligne avec le calendrier annoncé, effets déjà visibles sur les coûts (35 M€ sur 9 mois)
- > **Objectifs 2026 confirmés et précisés :**
  - croissance du ROPA entre 5 % et 10 % sur l'année
  - retour à une génération de cash-flow libre plus normative
  - levier financier en baisse, et objectif autour de 2x à horizon 2027

# 01.1

## Ventes

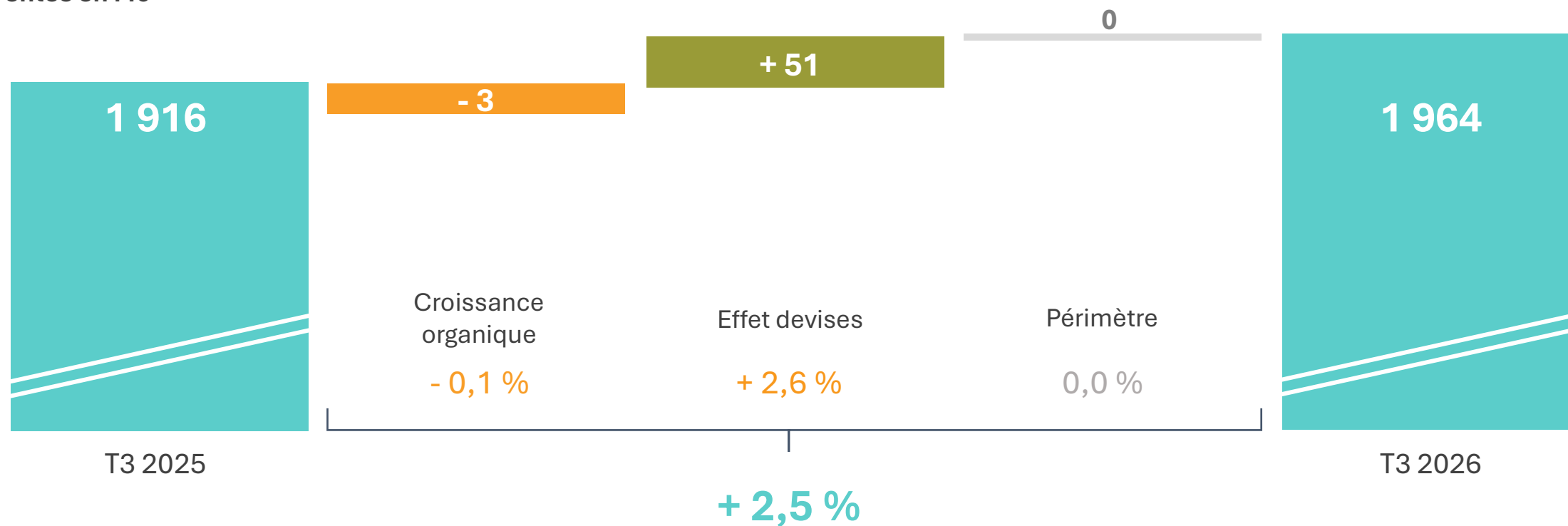
# Evolution des ventes 9 mois

Ventes en M€



# Evolution des ventes au T3

Ventes en M€



# Chiffre d'affaires par activité

VENTES 9 MOIS **5 707 M€**  
+ 0,8 % publié      + 1,1 % à tcpc

## PROFESSIONNEL

9M 2026

**691 M€**

- 4,8 % à tcpc

T3 2026

**215 M€**

- 9,1 % à tcpc



## GRAND PUBLIC

9M 2026

**5 017 M€**

+ 1,9 % à tcpc

T3 2026

**1 749 M€**

+ 1,1 % à tcpc



# Professionnel

## Grands contrats en retrait, avancées stratégiques

9M 2026

**691 M€**
**- 4,8 %** à tpc

T3 2026

**215 M€**
**- 9,1 %** à tpc


### **Core business et services toujours solides**

- > Bonne tenue du *core business*
- > Services en progression (c. 35 % des ventes), portés sur le trimestre par les Etats-Unis et le Royaume-Uni

### **Faible niveau de ventes de machines auprès des grands clients**

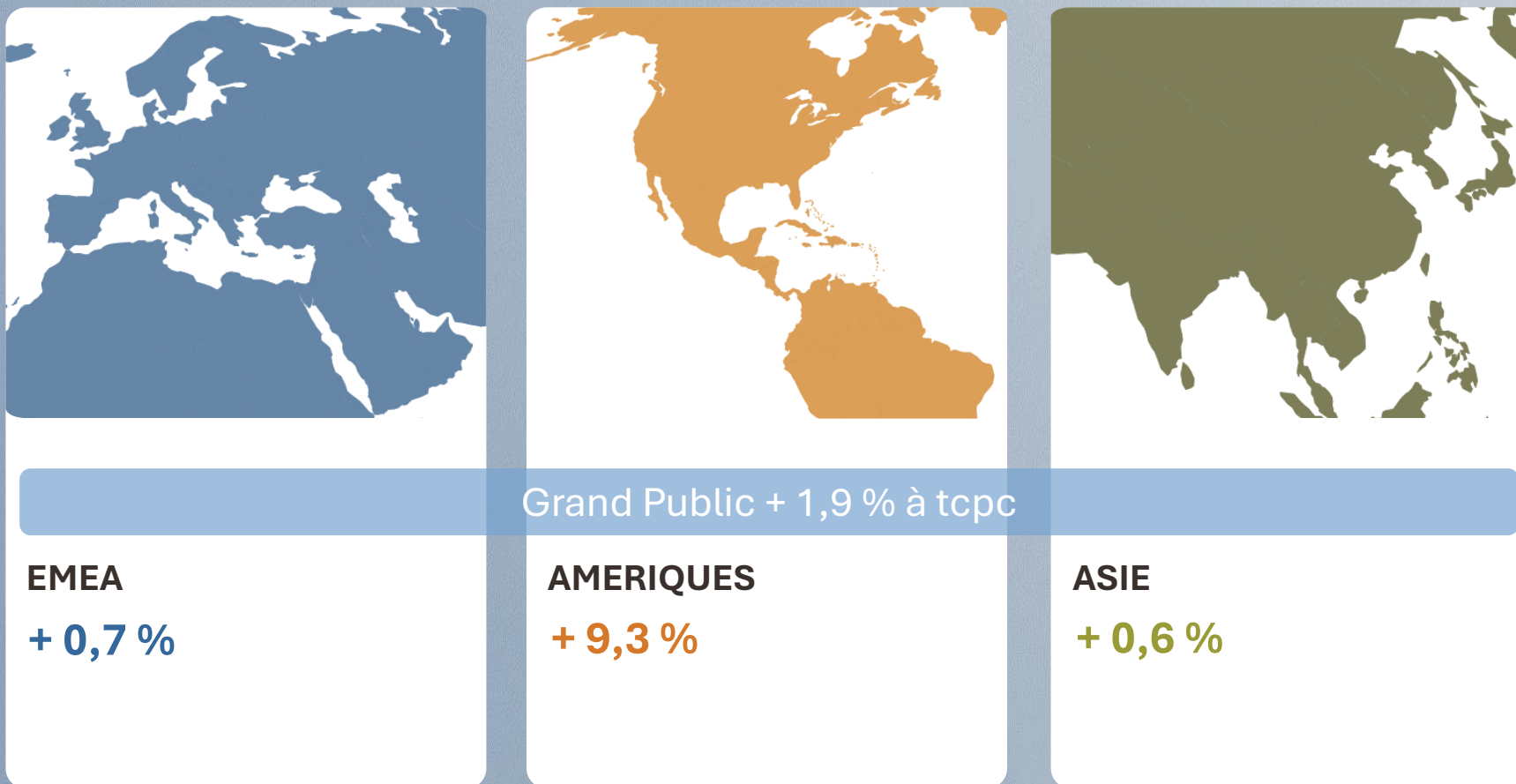
- > Contribution des grands contrats en retrait marqué ; marché US toujours atone
- > Ralentissement encore prononcé au Moyen-Orient

### **Avancées stratégiques et relais de croissance**

- > Montée en puissance du Hub de Shaoxing ; nouveaux modèles commercialisés dans plus de 30 pays, mise en place de réseaux de distribution en Europe et en Asie

# Grand Public

Croissance de 1,9 % sur 9 mois, tirée par les Amériques



# Grand Public – Multiples innovations déployées sur nos marchés

## Entretien de la maison



Aspirateur laveur  
*X-Clean*



Défroisseur  
*Aerosteam*



Détacheur textile  
*Clean-It*

# Grand Public – Multiples innovations déployées sur nos marchés

## Electrique culinaire



Machine à café à grains  
*Coffee Crush*



Cuiseur à riz  
*POP*

## Articles culinaires



*Ingenio & Fusioncore*

# Grand Public - EMEA

9M 2026

**2 460 M€**

**- 0,7 %**

**+ 0,7 % à tcpc**

|                    | T3 2025 | T3 2026 | % à tcpc |
|--------------------|---------|---------|----------|
| Europe occidentale | 606     | 598     | - 1,5 %  |
| Autres pays EMEA   | 280     | 273     | 0,0 %    |

## Europe occidentale : performances hétérogènes

- > Bonne dynamique de nos ventes directes en ligne, excellente réception des derniers lancements (*Coffee Crush, Eversharp, Aerosteam Elite*)
- > Baisse des niveaux de stocks chez les distributeurs
- > Consolidation des parts de marché en France portée par les innovations et les programmes de fidélisation
- > Repli des ventes en Allemagne : poursuite du redressement de la rentabilité, dans un contexte commercial *offline* toujours difficile

## Autres pays EMEA : stabilité des ventes en organique

- > Fortes perturbations logistiques au Moyen-Orient\*
- > Turquie et Egypte en forte croissance, portée en particulier par le canal *online*
- > Situations contrastées dans le reste de la zone

# Grand Public - Amériques

9M 2026

**817 M€**

**+ 11,9 %**

**+ 9,3 % à tcpc**

|                  | T3 2025 | T3 2026 | % à tcpc |
|------------------|---------|---------|----------|
| Amérique du Nord | 196     | 223     | + 10,6 % |
| Amérique du Sud  | 80      | 104     | + 11,3 % |

## Amérique du Nord : nouvelle croissance à deux chiffres

- > Base de comparaison encore favorable au T3
- > Nouveaux gains de parts de marché aux États-Unis en articles culinaires et en soin du linge – lancement d'*Aerosteam*
- > Mexique : résilience de nos catégories cœur sur un marché concurrentiel ; succès du lancement de *Coffee Crush*

## Amérique du Sud : forte progression des ventes

- > Ventes de ventilateurs en hausse marquée
- > Nouveau trimestre de croissance à deux chiffres en Colombie : gains de parts de marché, bonne dynamique des lancements (aspirateurs laveurs, *Coffee Crush*)
- > Hausse des ventes au Brésil, dans un environnement toujours complexe pour la distribution physique

# Grand Public - Asie

9M 2026

**1 740 M€**

**+ 0,8 %**

**+ 0,6 % à tcpc**

|                    | T3 2025 | T3 2026 | % à tcpc |
|--------------------|---------|---------|----------|
| Chine              | 412     | 446     | + 0,2 %  |
| Autres pays d'Asie | 109     | 105     | - 2,7 %  |

## Chine : stabilité des ventes dans un marché toujours atone

- > Priorité maintenue à l'équilibre entre ventes, parts de marché et rentabilité
- > Gains de parts de marché sur un marché très promotionnel
- > Leadership confirmé en *social commerce* : n°1 en culinaire sur Douyin (TikTok)
- > Forte contribution des innovations : woks *Titanium*, cuiseurs à riz *Hot Wind*, défroisseurs *Aero Steamer*

## Autres pays d'Asie : des dynamiques contrastées

- > Poursuite de la croissance au Japon, grâce aux ventes directes et aux innovations (articles culinaires et *Coffee Crush*)
- > Retour à la croissance au T3 en Corée du Sud, porté par le online et les lancements produits (*Coffee Crush*, *Eversharp*, cuiseur à riz *POP*)
- > Australie et Asie du Sud-Est en repli, malgré une bonne dynamique des ventes directes

# 01.2

## ROPA



# Poursuite de l'amélioration du ROPA

|                                  | 9M 2026                            | T3 2026                           |
|----------------------------------|------------------------------------|-----------------------------------|
| Résultat Opérationnel d'Activité | <b>333 M€</b><br>+ 24,5 % vs. 2025 | <b>161 M€</b><br>+ 8,7 % vs. 2025 |
| MOP                              | <b>5,8 %</b><br>+ 110 bps vs. 2025 | <b>8,2 %</b><br>+ 50 bps vs. 2025 |

- > **Nouvelle progression du ROPA au T3 : + 9 %...**
- > ... malgré des ventes stables et un environnement plus inflationniste...
- > ... portée par :
  - une amélioration de la marge brute (hausse des volumes et impact positif des devises courtes)
  - le maintien d'une forte discipline sur les coûts opérationnels et les bénéfices du plan Rebond (+ 15 M€ au T3)
  - un impact mineur des remboursements de droits de douane US

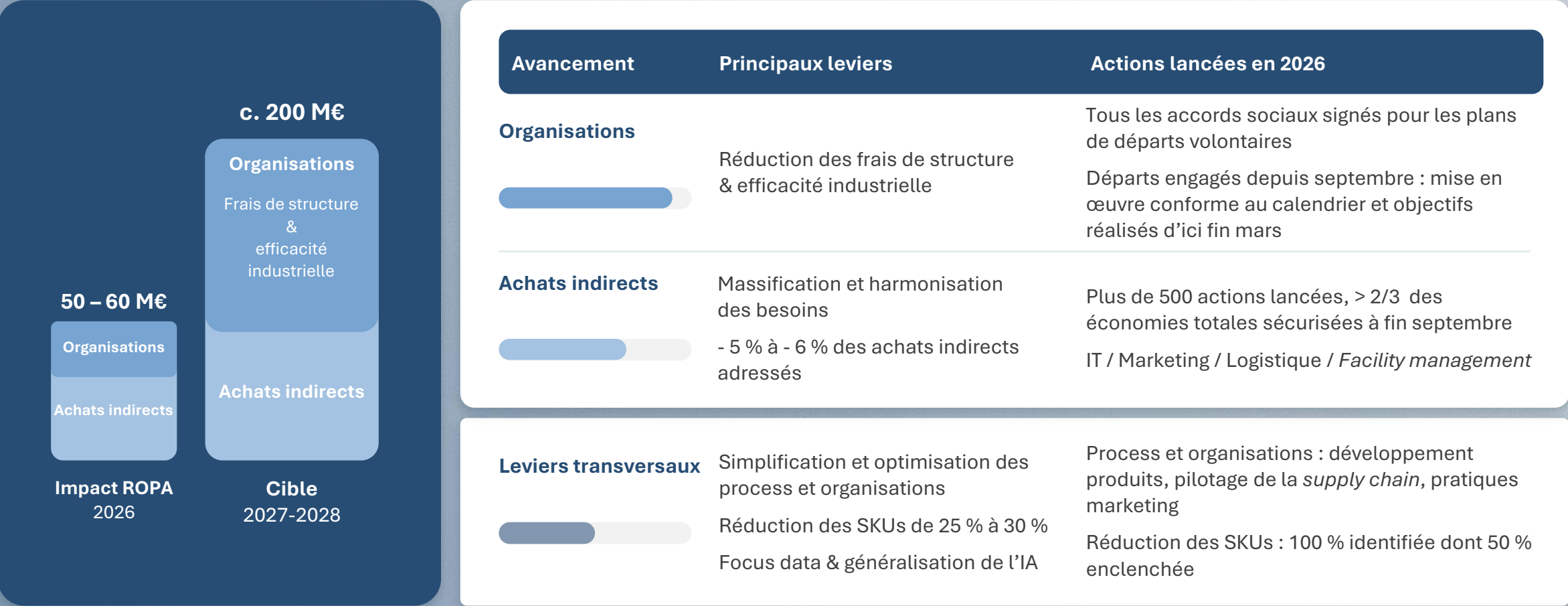
# 02

## Plan Rebond & Perspectives 2026



# Plan Rebond

## Déploiement conforme aux attentes



# Confirmation et précisions des perspectives 2026

Environnement macroéconomique et géopolitique dégradé

Perspectives de consommation incertaines

Pressions inflationnistes accrues sur les coûts

Résilience des marchés du Petit Equipement Domestique

Dynamique du pipeline d'innovations

Actions ciblées sur les prix

Stricte gestion des coûts de revient, des OPEX et effets du plan Rebond

Base de comparaison élevée pour le ROPA au T4 2025

## Objectifs 2026 précisés

> **Croissance du ROPA entre 5 % et 10 %** sur l'année

vs. « croissance du ROPA sur l'année »

> **Retour à une génération de cash-flow libre plus normative**, dans le prolongement du S1

> **Baisse du levier financier**, avec pour objectif de le ramener dans les standards du Groupe, autour de 2x (hors acquisitions), à horizon 2027

# 03

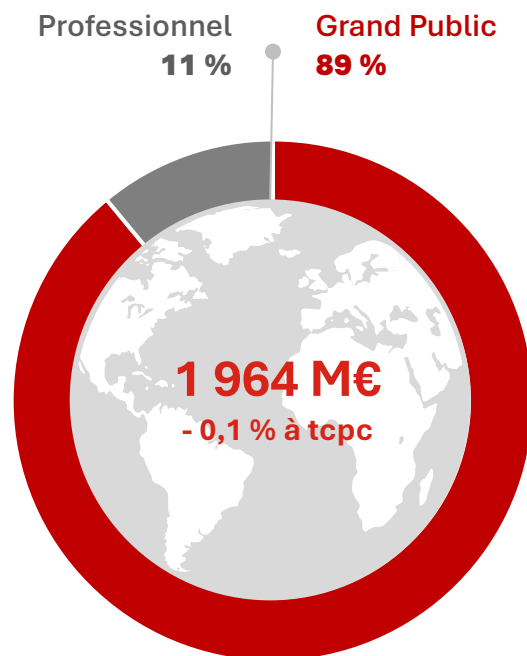
## Annexes



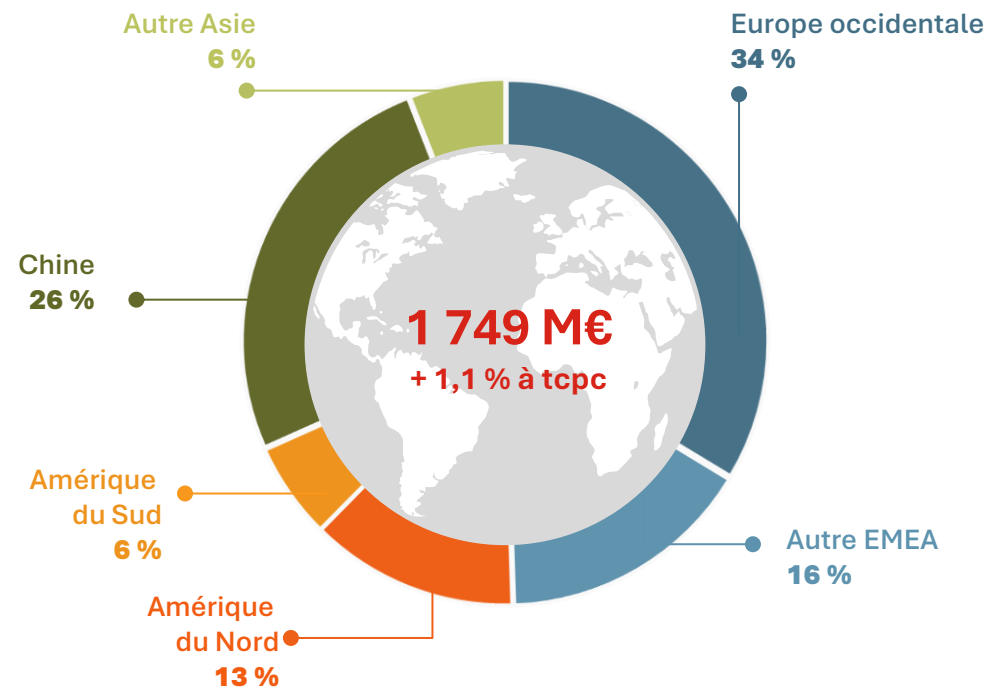
# Total des ventes par région et activités

## 3<sup>ème</sup> trimestre

### Ventes Groupe



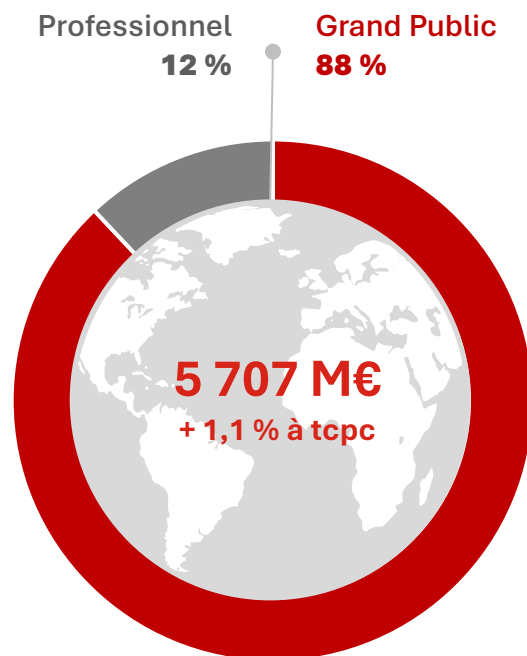
### Ventes Grand Public



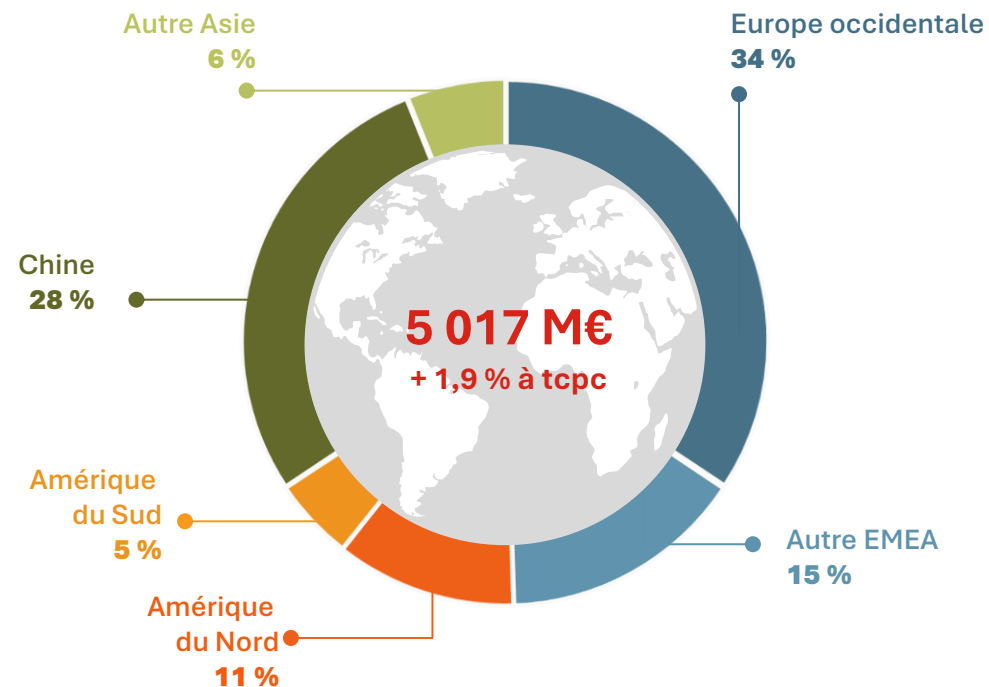
# Total des ventes par région et activités

## 9 mois 2026

### Ventes Groupe



### Ventes Grand Public



# Ventes du 1<sup>er</sup> trimestre par zone géographique

| En M€                     | T1 2025      | T1 2026      | Publié         | T1 2026 à tcpc |
|---------------------------|--------------|--------------|----------------|----------------|
| <b>EMEA</b>               | <b>798</b>   | <b>800</b>   | <b>+ 0,3 %</b> | <b>+ 2,5 %</b> |
| Europe occidentale        | 515          | 540          | + 4,7 %        | + 4,8 %        |
| Autres pays EMEA          | 282          | 261          | - 7,7 %        | - 1,8 %        |
| <b>AMÉRIQUES</b>          | <b>235</b>   | <b>240</b>   | <b>+ 2,2 %</b> | <b>+ 6,7 %</b> |
| Amérique du Nord          | 159          | 156          | - 1,8 %        | + 4,7 %        |
| Amérique du Sud           | 76           | 84           | + 10,6 %       | + 10,9 %       |
| <b>ASIE</b>               | <b>639</b>   | <b>613</b>   | <b>- 4,0 %</b> | <b>+ 2,2 %</b> |
| Chine                     | 525          | 508          | - 3,2 %        | + 2,3 %        |
| Autres pays d'Asie        | 114          | 105          | - 7,9 %        | + 1,6 %        |
| <b>TOTAL Grand Public</b> | <b>1 672</b> | <b>1 654</b> | <b>- 1,1 %</b> | <b>+ 2,9 %</b> |
| <b>Professionnel</b>      | <b>234</b>   | <b>231</b>   | <b>- 1,4 %</b> | <b>+ 1,1 %</b> |
| <b>Groupe SEB</b>         | <b>1 906</b> | <b>1 885</b> | <b>- 1,1 %</b> | <b>+ 2,7 %</b> |

# Ventes du 2<sup>ème</sup> trimestre par zone géographique

| En M€                     | T2 2025      | T2 2026      | Publié   | T2 2026 à tcpc |
|---------------------------|--------------|--------------|----------|----------------|
| <b>EMEA</b>               | <b>794</b>   | <b>789</b>   | - 0,6 %  | + 0,7 %        |
| Europe occidentale        | 550          | 548          | - 0,5 %  | - 0,5 %        |
| Autres pays EMEA          | 244          | 242          | - 0,9 %  | + 3,4 %        |
| <b>AMERIQUES</b>          | <b>219</b>   | <b>249</b>   | + 13,7 % | + 10,2 %       |
| Amérique du Nord          | 147          | 169          | + 15,1 % | + 14,7 %       |
| Amérique du Sud           | 72           | 80           | + 10,8 % | + 1,1 %        |
| <b>ASIE</b>               | <b>566</b>   | <b>575</b>   | + 1,6 %  | - 0,2 %        |
| Chine                     | 451          | 468          | + 3,7 %  | 0,0 %          |
| Autres pays d'Asie        | 115          | 108          | - 6,6 %  | - 0,9 %        |
| <b>TOTAL Grand Public</b> | <b>1 580</b> | <b>1 614</b> | + 2,2 %  | + 1,7 %        |
| <b>Professionnel</b>      | <b>262</b>   | <b>245</b>   | - 6,6 %  | - 6,2 %        |
| <b>Groupe SEB</b>         | <b>1 842</b> | <b>1 859</b> | + 0,9 %  | + 0,6 %        |

# Ventes du 1<sup>er</sup> semestre par zone géographique

| En M€                     | S1 2025      | S1 2026      | Publié         | S1 2026 à tcpc |
|---------------------------|--------------|--------------|----------------|----------------|
| <b>EMEA</b>               | <b>1 592</b> | <b>1 590</b> | <b>- 0,2 %</b> | <b>+ 1,6 %</b> |
| Europe occidentale        | 1 066        | 1 088        | + 2,0 %        | + 2,0 %        |
| Autres pays EMEA          | 526          | 502          | - 4,6 %        | + 0,6 %        |
| <b>AMÉRIQUES</b>          | <b>455</b>   | <b>490</b>   | <b>+ 7,7 %</b> | <b>+ 8,4 %</b> |
| Amérique du Nord          | 306          | 325          | + 6,3 %        | + 9,5 %        |
| Amérique du Sud           | 149          | 164          | + 10,7 %       | + 6,1 %        |
| <b>ASIE</b>               | <b>1 205</b> | <b>1 188</b> | <b>- 1,4 %</b> | <b>+ 1,1 %</b> |
| Chine                     | 976          | 976          | 0,0 %          | + 1,3 %        |
| Autres pays d'Asie        | 229          | 212          | - 7,2 %        | + 0,3 %        |
| <b>TOTAL Grand Public</b> | <b>3 251</b> | <b>3 268</b> | <b>+ 0,5 %</b> | <b>+ 2,3 %</b> |
| <b>Professionnel</b>      | <b>496</b>   | <b>476</b>   | <b>- 4,1 %</b> | <b>- 2,8 %</b> |
| <b>Groupe SEB</b>         | <b>3 748</b> | <b>3 743</b> | <b>- 0,1 %</b> | <b>+ 1,7 %</b> |

# Ventes du 3<sup>ème</sup> trimestre par zone géographique

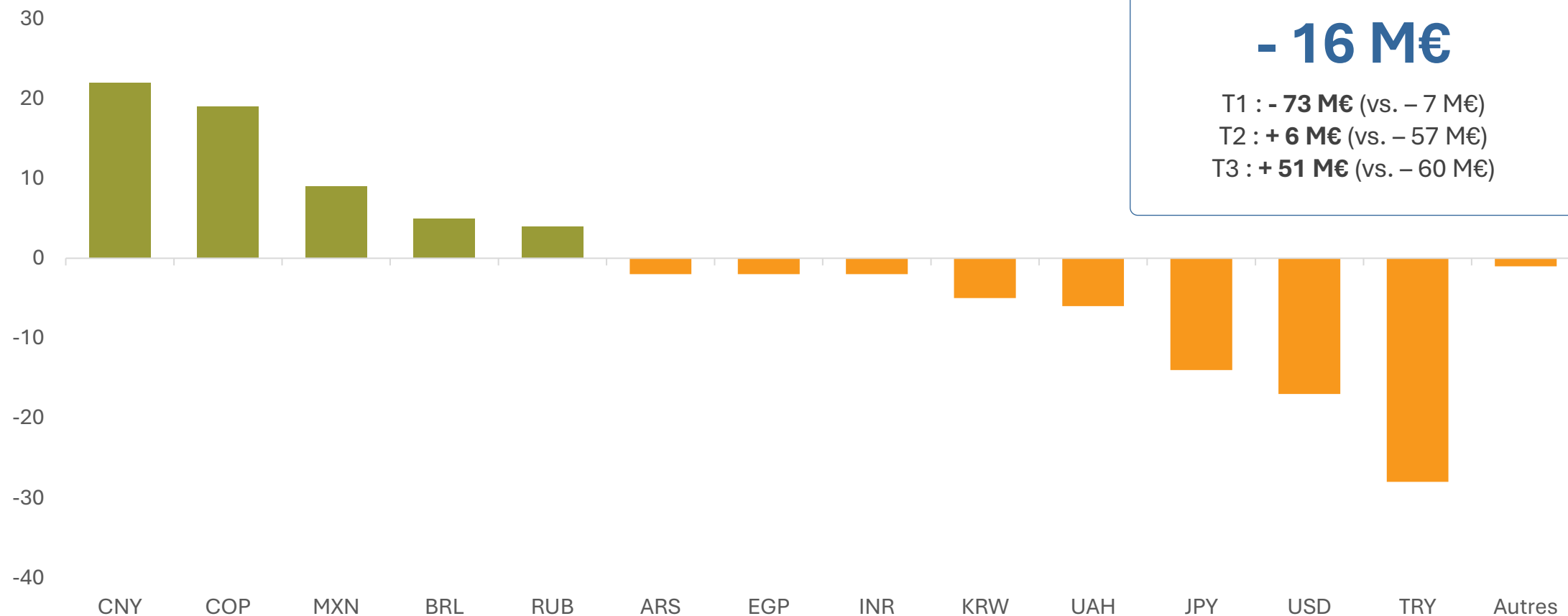
| En M€                     | T3 2025      | T3 2026      | Publié         | T3 2026 à tcpc |
|---------------------------|--------------|--------------|----------------|----------------|
| <b>EMEA</b>               | 886          | 870          | - 1,8 %        | - 1,0 %        |
| Europe occidentale        | 606          | 598          | - 1,4 %        | - 1,5 %        |
| Autres pays EMEA          | 280          | 273          | - 2,8 %        | 0,0 %          |
| <b>AMÉRIQUES</b>          | 275          | 327          | + 18,9 %       | + 10,8 %       |
| Amérique du Nord          | 196          | 223          | + 13,8 %       | + 10,6 %       |
| Amérique du Sud           | 80           | 104          | + 31,3 %       | + 11,3 %       |
| <b>ASIE</b>               | 521          | 551          | + 5,8 %        | - 0,4 %        |
| Chine                     | 412          | 446          | + 8,2 %        | + 0,2 %        |
| Autres pays d'Asie        | 109          | 105          | - 3,1 %        | - 2,7 %        |
| <b>TOTAL Grand Public</b> | <b>1 683</b> | <b>1 749</b> | <b>+ 3,9 %</b> | <b>+ 1,1 %</b> |
| <b>Professionnel</b>      | <b>233</b>   | <b>215</b>   | <b>- 8,0 %</b> | <b>- 9,1 %</b> |
| <b>Groupe SEB</b>         | <b>1 916</b> | <b>1 964</b> | <b>+ 2,5 %</b> | <b>- 0,1 %</b> |

# Ventes 9 mois par zone géographique

| En M€                     | 9 mois 2025  | 9 mois 2026  | Publié          | 9 mois 2026 à tcpc |
|---------------------------|--------------|--------------|-----------------|--------------------|
| <b>EMEA</b>               | <b>2 478</b> | <b>2 460</b> | <b>- 0,7 %</b>  | <b>+ 0,7 %</b>     |
| Europe occidentale        | 1 672        | 1 685        | + 0,8 %         | + 0,8 %            |
| Autres pays EMEA          | 807          | 775          | - 4,0 %         | + 0,4 %            |
| <b>AMÉRIQUES</b>          | <b>730</b>   | <b>817</b>   | <b>+ 11,9 %</b> | <b>+ 9,3 %</b>     |
| Amérique du Nord          | 502          | 548          | + 9,2 %         | + 9,9 %            |
| Amérique du Sud           | 228          | 269          | + 17,9 %        | + 7,9 %            |
| <b>ASIE</b>               | <b>1 726</b> | <b>1 740</b> | <b>+ 0,8 %</b>  | <b>+ 0,6 %</b>     |
| Chine                     | 1 388        | 1 422        | + 2,4 %         | + 0,9 %            |
| Autres pays d'Asie        | 338          | 318          | - 5,9 %         | - 0,7 %            |
| <b>TOTAL Grand Public</b> | <b>4 934</b> | <b>5 017</b> | <b>+ 1,7 %</b>  | <b>+ 1,9 %</b>     |
| <b>Professionnel</b>      | <b>730</b>   | <b>691</b>   | <b>- 5,4 %</b>  | <b>- 4,8 %</b>     |
| <b>Groupe SEB</b>         | <b>5 664</b> | <b>5 707</b> | <b>+ 0,8 %</b>  | <b>+ 1,1 %</b>     |

# Effet devises négatif sur 9 mois, concentré sur le T1

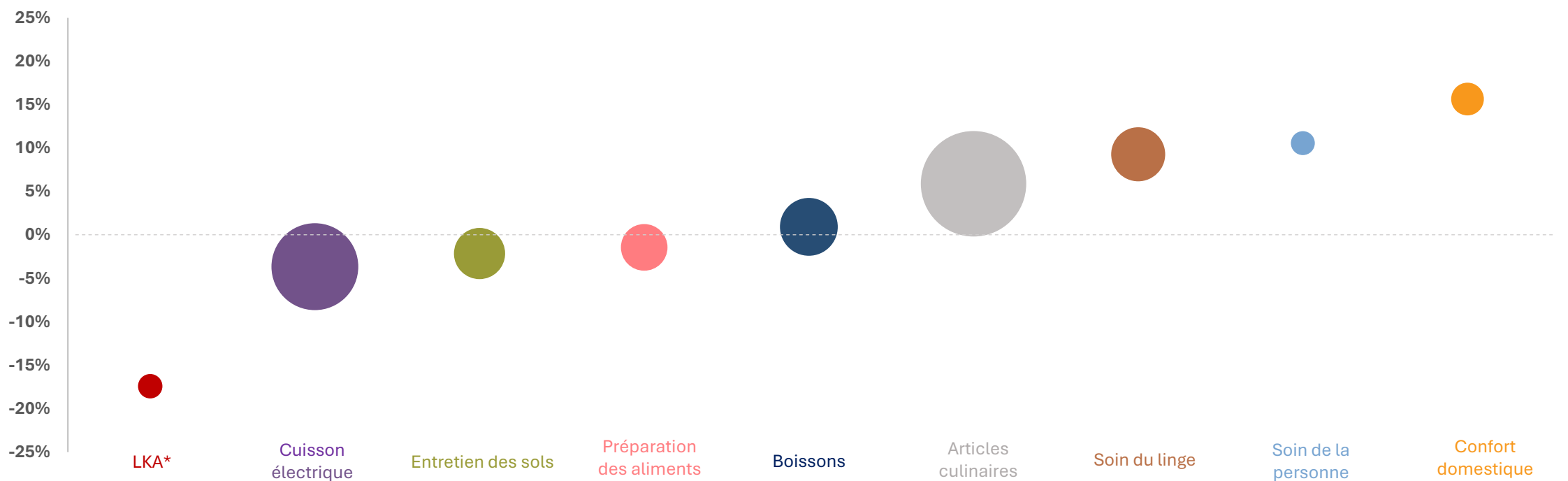
Effet devises sur 9 mois en M€



# Performances par gammes de produits

## Gammes de produits Grand Public

Variation des ventes 9M 2026 vs 9M 2025, à tcpc



\*Large Kitchen Appliances

# Glossaire

## A taux de change et périmètre constants (à tcpc) – Organique

Les montants et les taux de croissance à taux de change et périmètre constants (ou organiques) de l'année N par rapport à l'année N-1 sont calculés :

- en utilisant les taux de change moyens de l'année N-1 sur la période considérée (année, semestre, trimestres)
- sur la base du périmètre de consolidation de l'année N-1.

Cette pratique concerne essentiellement les ventes et le Résultat Opérationnel d'Activité.

## Résultat Opérationnel d'Activité (ROPA)

Le Résultat Opérationnel d'Activité (ROPA) est le principal indicateur de performance du Groupe SEB. Il correspond aux ventes diminuées des frais opérationnels, à savoir, du coût des ventes, des frais d'innovation (R&D, marketing stratégique, design), de la publicité, de marketing opérationnel et des frais commerciaux et administratifs. L'intéressement et la participation, ainsi que les autres produits et charges d'exploitation non courants en sont exclus.

## Programme de fidélisation (LP)

Ces programmes, portés par les enseignes de distribution, consistent à proposer des offres promotionnelles sur une catégorie de produits aux consommateurs fidèles accumulant plusieurs passages en caisse sur une courte période. Ces programmes promotionnels permettent aux distributeurs de favoriser la fréquentation de leurs magasins, et à nos consommateurs d'accéder à nos produits à des prix préférentiels.

## Sell-in (ventes)

Ventes réalisées auprès de nos clients (distributeurs).

## Sell-out (reventes)

Ventes effectuées par les distributeurs aux consommateurs.

## EBITDA ajusté

L'EBITDA ajusté correspond au Résultat Opérationnel d'Activité diminué de l'intéressement et de la participation, auquel on ajoute les amortissements et les dépréciations opérationnels

## Cash-flow libre

Le cash-flow libre correspond à l'EBITDA ajusté, après prise en compte de la variation en fonds de roulement d'exploitation, des investissements récurrents (CAPEX), des impôts et frais financiers ainsi que d'autres éléments non opérationnels.

## Dette financière nette

L'endettement financier net comprend l'ensemble des dettes financières courantes et non courantes diminuées de la trésorerie et des équivalents de trésorerie ainsi que des instruments dérivés liés au financement du Groupe. Il comprend également la dette financière née de l'application de IFRS 16 « contrats de location » ainsi que d'éventuels placements financiers court terme sans risque de changement de valeur significatif mais dont l'échéance à la date de souscription est supérieure à 3 mois.

# Contacts

## Analystes / Investisseurs

Groupe SEB  
Direction des Relations Investisseurs  
et de la Communication Financière

Raphaël Hoffstetter  
Guillaume Baron

[comfin@groupeseb.com](mailto:comfin@groupeseb.com)

Tel. : +33 (0) 4 72 18 16 04

[www.groupeseb.com](http://www.groupeseb.com)

## Presse

Groupe SEB  
Direction de la Communication  
Corporate

Inès Carrayrou

[presse@groupeseb.com](mailto:presse@groupeseb.com)

Tél. : +33 (0) 6 61 88 30 33

Image Sept

Caroline Simon  
Isabelle Dunoyer de Segonzac  
Clémence Vermersch

[seb@image7.fr](mailto:seb@image7.fr)

Tel. : +33 (0) 1 53 70 74 70

# Agenda

## Prochains événements - 2027

24 février | avant bourse

Ventes et résultats 2026

21 avril | après bourse

Ventes et informations financières 1<sup>er</sup> trimestre 2027

13 mai | 14h30

Assemblée Générale

21 juillet | après bourse

Ventes et résultats 1<sup>er</sup> semestre 2027

26 octobre | après bourse

Ventes et informations financières 9 mois 2027