

# RÉSULTATS ANNUELS 2016

Paris – 21 février 2017

Retrouvez le webcast de la réunion  
sur [www.groupeseb.com](http://www.groupeseb.com)



AIRBAKE | ALL-CLAD | ARNO | ASIAVINA | CALOR | CLOCK | EMSA | HEPP | IMUSA | KAISER | KRUPS | LAGOSTINA | MAHARAJA WHITELINE | MIRRO | MOULINEX | OBH NORDICA | PANEX | ROCHEDO | ROWENTA | SAMURAI | SCHAERER | SEB | SILIT | SUPOR | TEFAL | T-FAL | UMCO | WEAREVER | WMF

# RÉSULTATS ANNUELS 2016

Paris – 21 février 2017

## Avertissement

*Cette présentation peut contenir des déclarations de nature prévisionnelle concernant l'activité, les résultats et la situation financière du Groupe SEB. Ces anticipations s'appuient sur des hypothèses qui semblent raisonnables à ce stade mais sont dépendantes de facteurs exogènes tels que l'évolution des cours des matières premières, des parités monétaires, de la conjoncture économique et de la demande dans les grands marchés du Groupe ou l'effet des lancements de nouveaux produits par la concurrence. Du fait de ces incertitudes, le Groupe SEB ne peut être tenu responsable pour d'éventuels écarts par rapport à ses anticipations actuelles qui seraient liés à la survenance d'événements nouveaux ou d'évolutions non prévisibles.*

*Les facteurs pouvant influencer de façon significative les résultats économiques et financiers du Groupe SEB sont présentés dans le Rapport Financier Annuel et Document de Référence déposé chaque année à l'AMF. Le bilan et le compte de résultat inclus dans le présent communiqué de presse sont extraits des états financiers consolidés au 31 décembre 2016 audités par les Commissaires aux comptes et arrêtés par le Conseil d'Administration de SEB SA en date du 17 février 2017*

# RÉSULTATS ANNUELS 2016

Paris – 21 février 2017

- 1. Une grande année pour le Groupe**
- 2. Des résultats record**
- 3. Une nouvelle dimension**
- 4. Annexes**

# RÉSULTATS ANNUELS 2016

Paris – 21 février 2017

## 1. Une grande année pour le Groupe



## Des résultats record

Chiffre d'affaires

**5 000 M€**

+ 4,8 %

+ 6,1 % à tcpc

ROPA

**505 M€**

+ 18,0 %

+ 47,0 % à tcpc

MOP 10,1 %

Résultat Net

**259 M€**

+ 26,0 %

Génération de trésorerie  
d'exploitation

**452 M€**

**Dividende**

*proposé à l'Assemblée Générale 2017*

**1,72 €**

**+ 11,7 %**



- **Faits marquants**

**Supor**  
**EMSA**  
**WMF**  
**Brésil**  
**Campus SEB**

# Nouveau renforcement au capital de Supor

Rachat de **50 millions d'actions** soit 7,9 % du capital de Supor à la famille Su

Prix unitaire de 29 RMB

Coût de la transaction = 1 450 M RMB → **196 M€**

Flottant  
19 %



Groupe  
SEB  
81 %

## SUPOR



Prix de revient d'une action Supor pour le Groupe SEB = **17 RMB**

# Acquisition d'EMSA

## Des positions de 1<sup>er</sup> plan



- Leadership en Allemagne
  - Carafes, pichets, « mugs » isothermes
  - **28 % PDM**
- Conservation alimentaire
  - **~ 40 % PDM** hors vente à domicile
- Notoriété de la marque → **81 %**
- Présence dans 95 % des points de vente commercialisant des ustensiles de cuisine
- Innovation, Design et Expertise industrielle

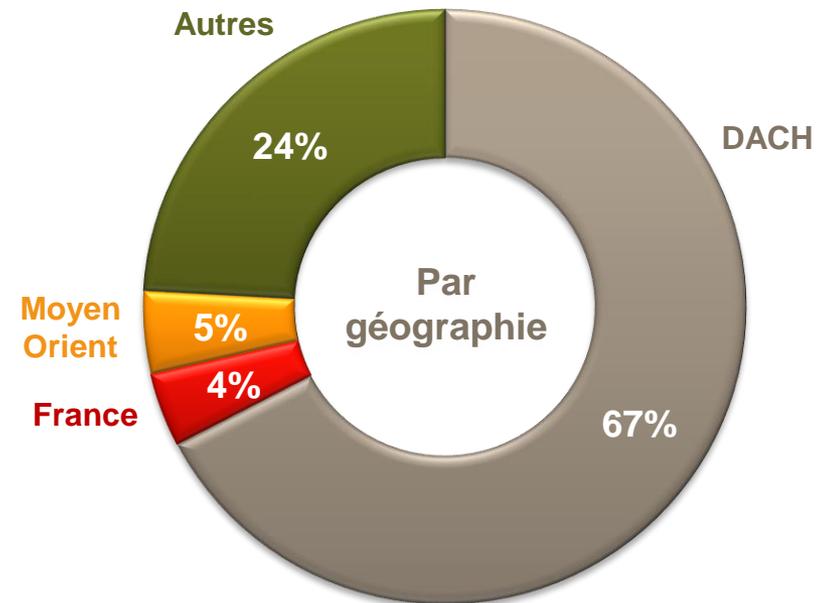
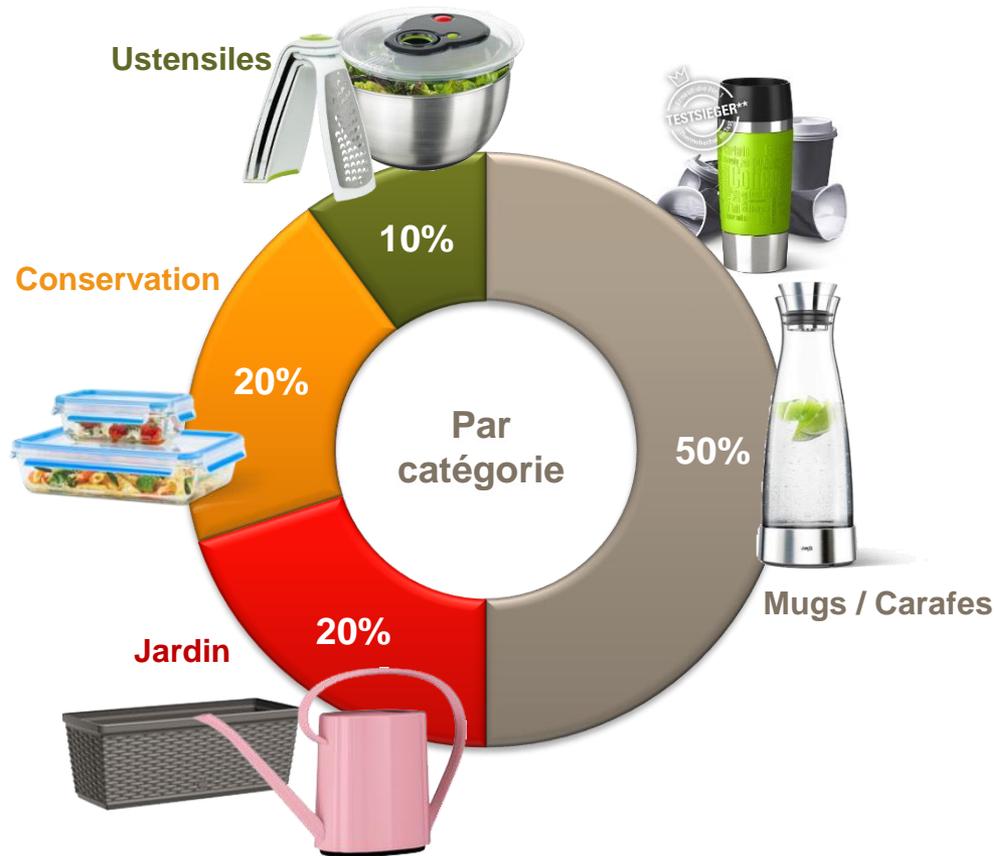


Source EMSA

# EMSA en 2016



Ventes 2016 : **85 M€**



# Acquisition de WMF

Chiffre d'affaires 2016 : 1 100 M€, + 4,2 %

38 %

Machines à café  
professionnelles



55 %

« Consumer »



ORIGINAL  
KAISER

7 %

Equipement hôtelier



# Café professionnel

Leadership mondial en machines à café professionnelles automatiques : **28 % PDM**

**Chiffre d'affaires : 421 M€, + 7 %**

- Nouveaux développements
  - Tim Hortons' (Canada)
  - Family Mart (Japon)
  - Costa Coffee
  - Dunkin' Donuts
  - ...
  
- Innovation → 2 produits phares 2015-2016
  - 5000s
  - Espresso
  
- Forte rentabilité



## « Consumer »

Leadership en Allemagne en Articles culinaires : **20 % PDM**

**Chiffre d'affaires : 601 M€, + 3 %**

- Difficultés ponctuelles en Allemagne
  - Impact de la réorganisation logistique
  - LPs moins élevés qu'en 2015
- Forte progression en EMEA + Asie Pacifique
- Croissance continue en PEM → **+ 10 %**
- Rentabilité impactée en 2016



# Equipement hôtelier

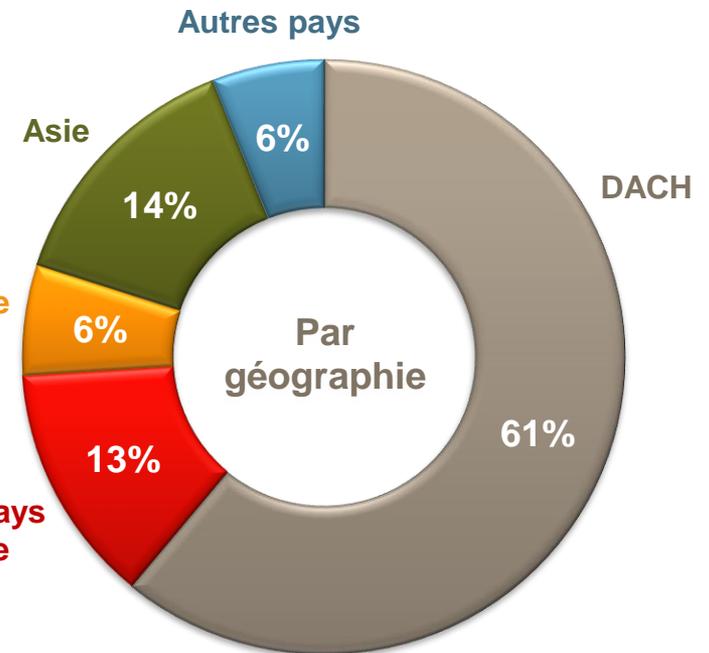
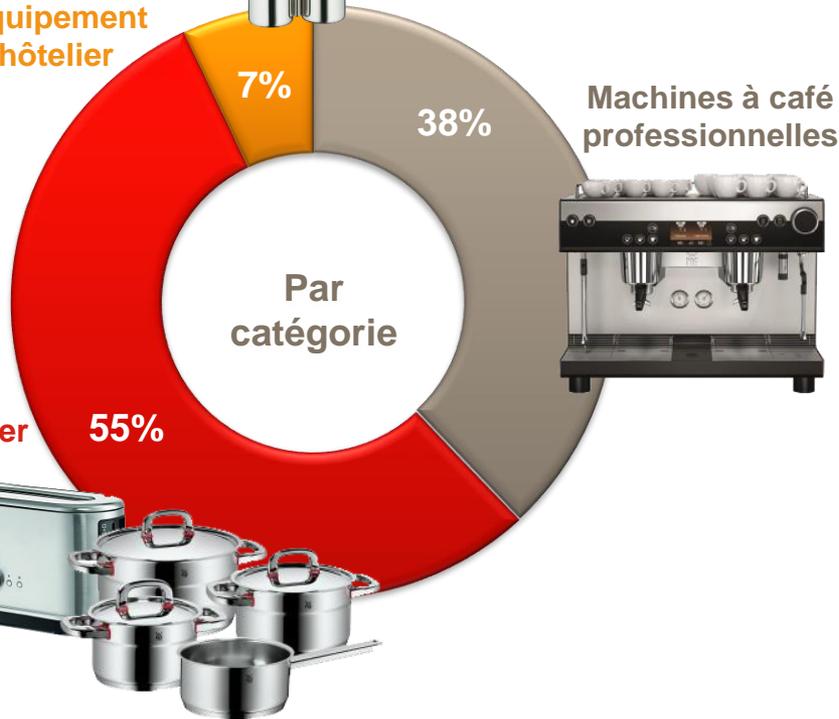
**Chiffre d'affaires : 78 M€, + 5 %**

- 2 marques complémentaires : WMF + Hepp
- Leader en Allemagne / Suisse / Autriche
- Distribution dans plus de 100 pays
- Clients : hôtels, restaurants / bars, compagnies de croisières, restaurants d'entreprises, hôpitaux, écoles...



# WMF en 2016

Ventes 2016 : 1 100 M€ + 4,2 %  
EBITDA ajusté 2016 : 128 M€ + 8,5 %



# Financement de l'acquisition de WMF

- Sécurisation immédiate du financement
- Mise en place d'instruments diversifiés et innovants
  - Billets de trésorerie
  - Crédit syndiqué
  - ORNAE
  - Schuldschein
- Echelonnement des maturités
- Coût total de financement très attractif

# Restauration de la compétitivité au Brésil

## Contexte :

- Le plus grand marché d'Amérique du Sud
- Solides positions du Groupe
- 2 usines historiques (Mooca et São Bernardo) au cœur de São Paulo
  - Coûts de production élevés et faible compétitivité



**Nécessité de revoir l'organisation industrielle  
et logistique du Groupe au Brésil**

# Les étapes de la réorganisation

## 1<sup>ère</sup> étape

2013 - 2015

### **DEVELOPPEMENT D'UN SITE DANS LE NORD-EST (RECIFE)**

→ Transfert partiel de la production PEM Mooca → Recife

## 2<sup>e</sup> étape

2016 - 2017

### **TRANSFERT PEM VERS L'ETAT DE RIO (ITATIAIA)**

- Construction d'un nouveau site à Itatiaia
- Production et Hub logistique opérationnels depuis novembre 2016
- Transfert progressif de la production sur 2017

## 3<sup>e</sup> étape

2017 - 2018

### **TRANSFERT ARTICLES CULINAIRES VERS ITATIAIA**

- 16 février : annonce du transfert de la production de São Bernardo
- Mise en œuvre sur un an à partir de juillet

# Un nouveau siège



# RÉSULTATS ANNUELS 2016

Paris – 21 février 2017

## 2. 2016 : des résultats record



# RÉSULTATS ANNUELS 2016

Paris – 21 février 2017

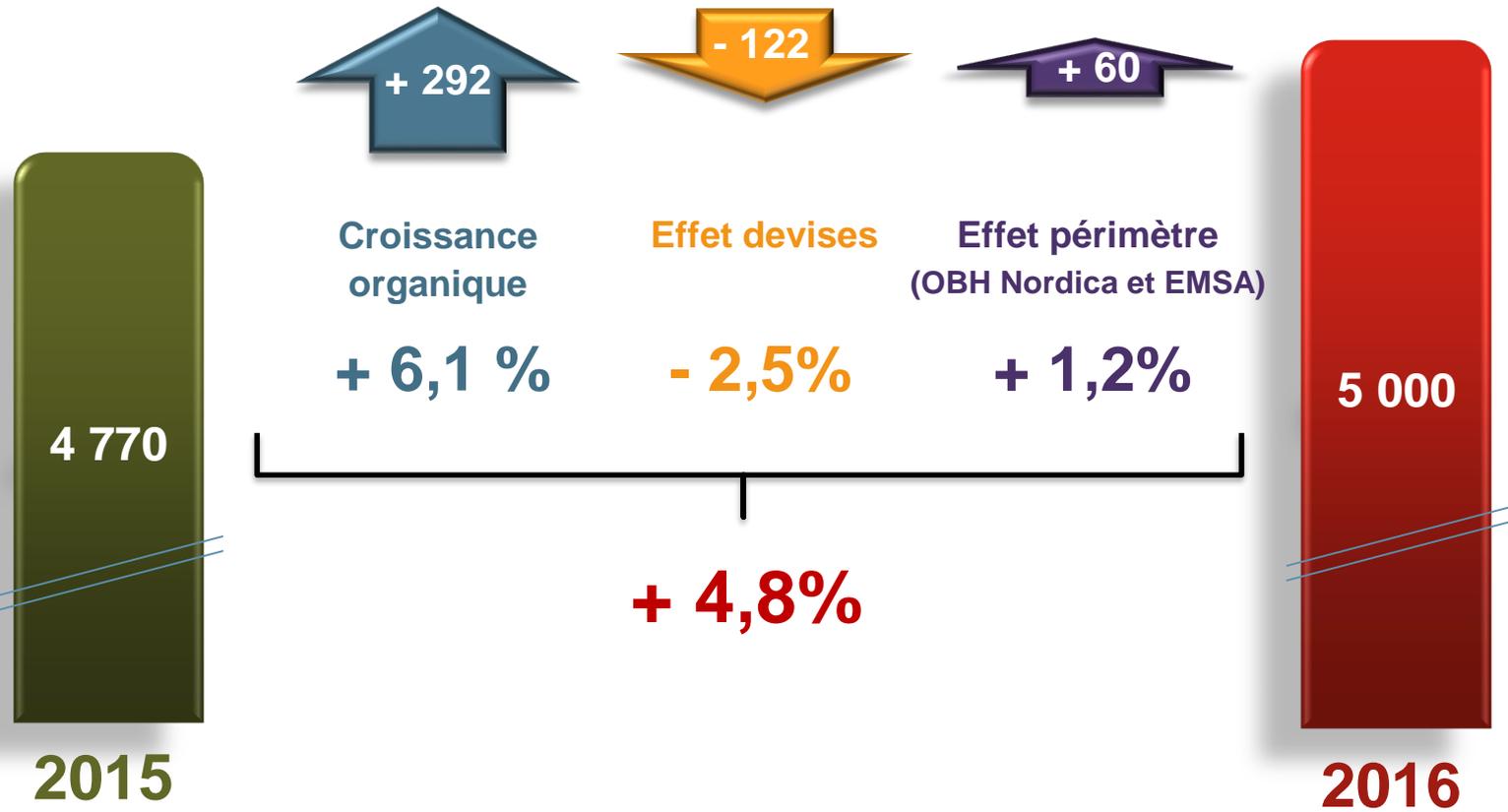
## **2. Des résultats record**

**1. Ventes**

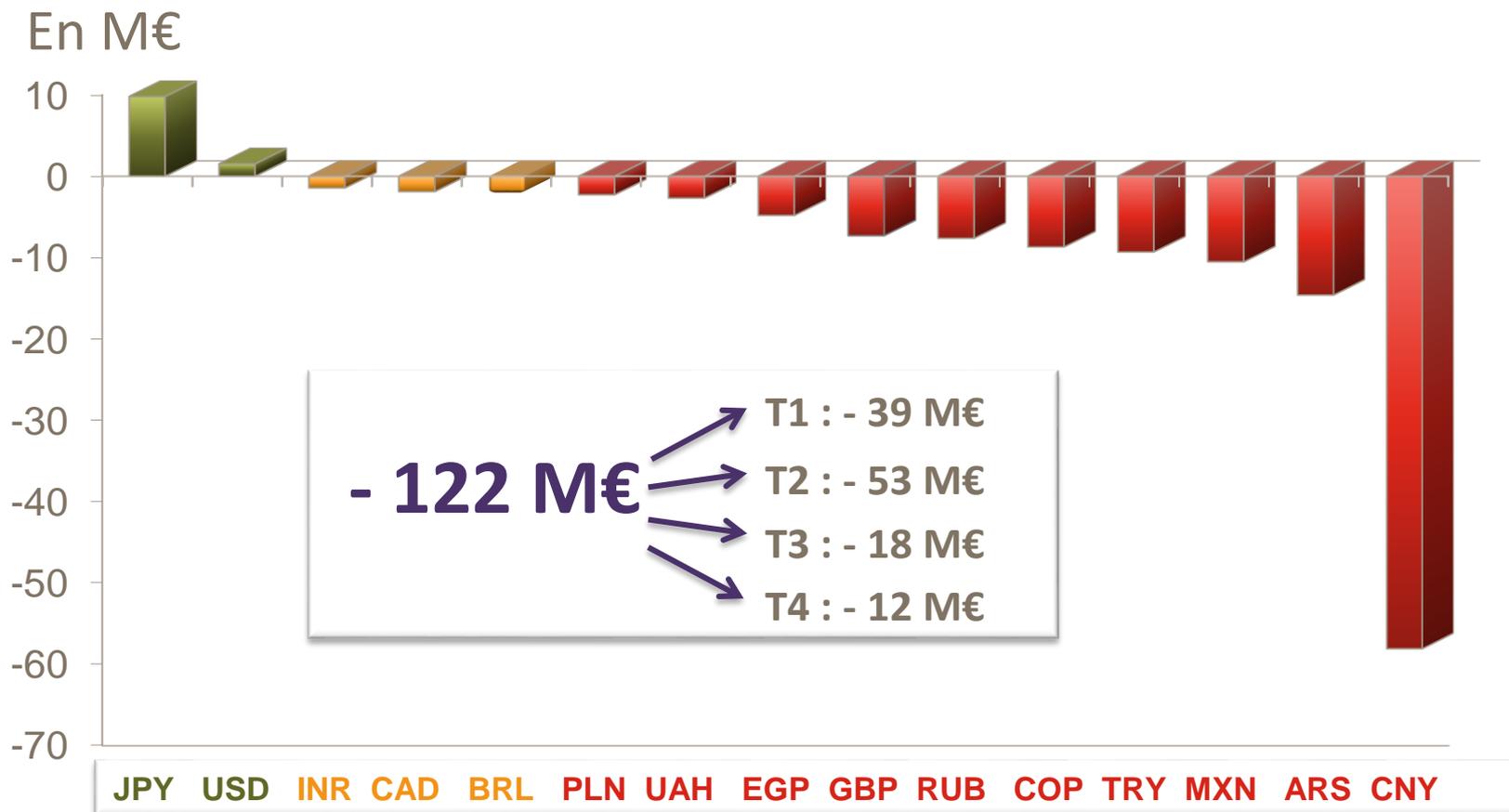
**2. Résultats**

# Evolution des ventes, 2015 → 2016

En M€



# Impact devises sur les ventes 2016

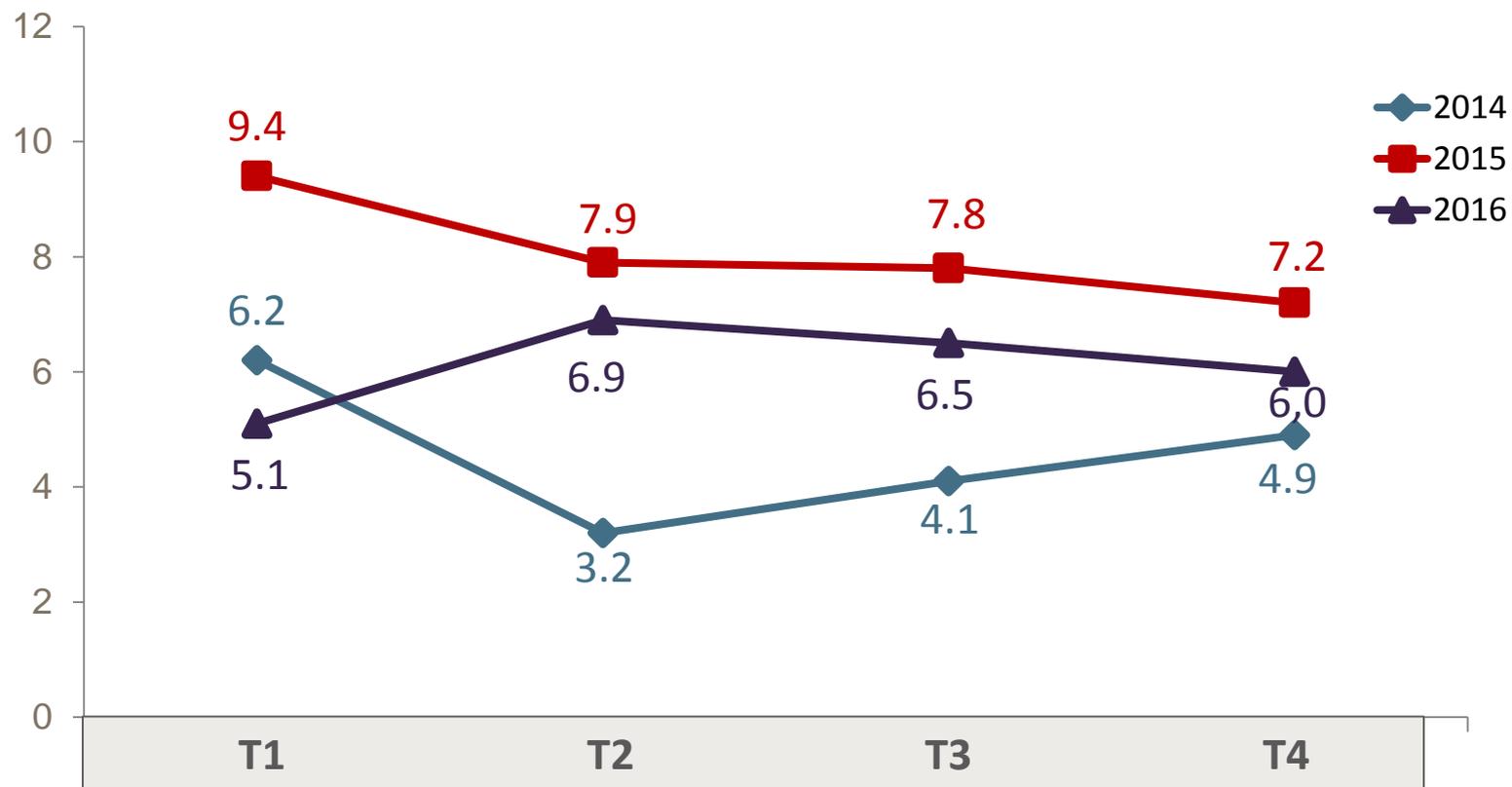


# Croissance organique des ventes par trimestre

Année

2014	2015	2016
+ 4,6 %	+ 8,0 %	+ 6,1 %

En %



# Ventes du 4<sup>e</sup> trimestre par zone géographique

	T4 2015	T4 2016	Parités Courantes	tcp	2015/2014 à tcp
<b>EMEA</b>	<b>858</b>	<b>910</b>	<b>+ 6,0 %</b>	<b>+ 4,8 %</b>	<b>+ 7,5 %</b>
Europe Occidentale	669	687	+ 2,7 %	+ 0,7 %	+ 9,1 %
Autres pays	189	223	+ 17,7 %	+ 19,5 %	+ 2,4 %
<b>AMERIQUES</b>	<b>291</b>	<b>301</b>	<b>+ 3,4 %</b>	<b>+ 0,1 %</b>	<b>+ 1,6 %</b>
Amérique du Nord	192	189	- 1,9 %	- 1,5 %	+ 3,4 %
Amérique du Sud	99	112	+ 13,8 %	+ 3,1 %	- 0,9 %
<b>ASIE</b>	<b>380</b>	<b>421</b>	<b>+ 10,8 %</b>	<b>+ 13,3 %</b>	<b>+ 11,8 %</b>
Chine	251	278	+ 10,9 %	+ 17,1 %	+ 17,4 %
Autres pays d'Asie	129	143	+ 10,5 %	+ 6,0 %	+ 2,7 %
<b>Total</b>	<b>1 529</b>	<b>1 632</b>	<b>+ 6,7 %</b>	<b>+ 6,0 %</b>	<b>+ 7,2 %</b>

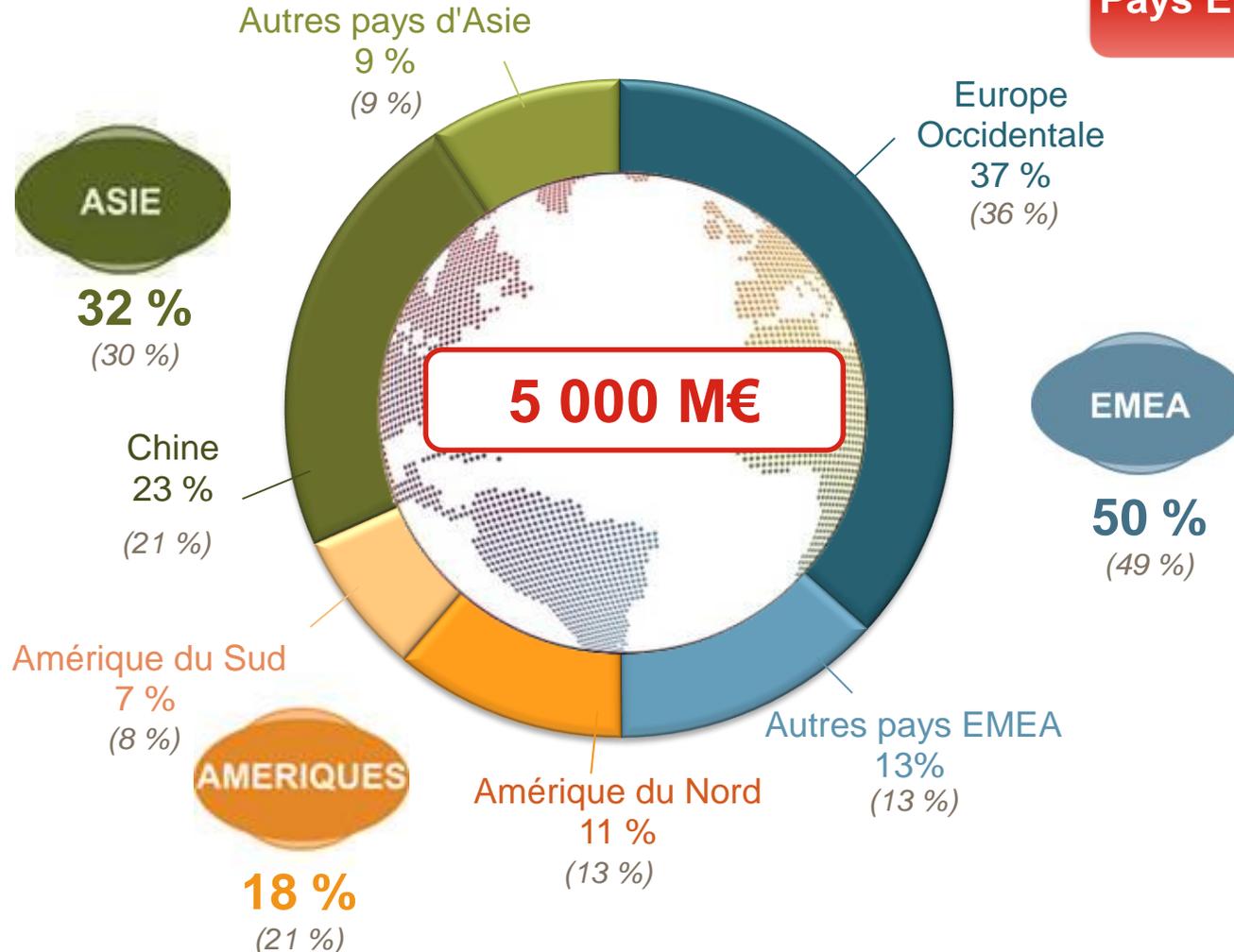
% calculés sur chiffres non arrondis

# Ventes annuelles par zone géographique

	2015	2016	Parités courantes	à tpc	Rappel 2015/2014 à tpc
<b>EMEA</b>	<b>2 344</b>	<b>2 495</b>	<b>+ 6,4 %</b>	<b>+ 5,6 %</b>	<b>+ 6,7 %</b>
Europe occidentale	1 736	1 834	+ 5,6 %	+ 3,1 %	+ 7,7 %
Autres pays	608	661	+ 8,7 %	+ 12,7 %	+ 4,2 %
<b>AMERIQUES</b>	<b>973</b>	<b>919</b>	<b>- 5,5 %</b>	<b>- 1,8 %</b>	<b>+ 5,1 %</b>
Amérique du Nord	599	564	- 5,9 %	- 4,0 %	+ 6,7 %
Amérique du Sud	374	355	- 5,0 %	+ 1,8 %	+ 3,3 %
<b>ASIE</b>	<b>1 453</b>	<b>1 586</b>	<b>+ 9,2 %</b>	<b>+ 12,3 %</b>	<b>+ 12,8 %</b>
Chine	1 020	1 122	+ 10,0 %	+ 15,4 %	+ 16,6 %
Autres pays d'Asie	433	464	+ 7,1 %	+ 4,8 %	+ 5,3 %
<b>Total</b>	<b>4 770</b>	<b>5 000</b>	<b>+ 4,8 %</b>	<b>+ 6,1 %</b>	<b>+ 8,0 %</b>

% calculés sur chiffres non arrondis

# Répartition géographique des ventes



Pays Matures 54 %

Pays Emergents 46 %

(Ventes 2015)

# Palmarès des 20 premiers pays



12 matures - 8 émergents



\*positifs hors LP

10 PREMIERS PAYS



## • Focus pays

**Ventes 2016 + 5,4 %**

Une année réussie dans un contexte difficile

- De très belles performances tirées par nos innovations : Cookeo, Cuisine Companion, Cafetières expresso Full-auto, Aspirateurs
- Moyens moteurs significativement accrus
- Gains de PDM



# Allemagne

4<sup>e</sup> pays du Groupe

EMEA



**Ventes 2016 + 4,6 % (+ 14,3 % hors LP)**  
Poursuite d'une solide dynamique

- Croissance quasi-généralisée : Cafetières expresso full-auto, OptiGrill, Actifry, Aspirateurs...
- Forte dynamique commerciale sur le terrain : > 70 shop-in-shops
- Gains de PDM



# Italie

7<sup>e</sup> pays du Groupe

- Ventes 2016 + 5,4 %
- Progression toutes familles produits en PEM
- Leadership en aspirateurs
- Gains de PDM

## SILENCE FORCE MULTI-CYCLONIC

*Estremamente performante  
e ultra silenzioso*

Scopri i prodotti



# Russie

9<sup>e</sup> pays du Groupe

**Ventes 2016 + 20 % à tcpc**  
 Un redressement réussi après 2 années de récession sévère

- ➔ Progression des ventes quasi-généralisée :  
 Articles culinaires, Repassage, Aspirateurs, Cafetières expresso full-auto, OptiGrill
- ➔ Exécution in-store renforcée
- ➔ Gains de PDM



## Константин Ивлев

### Tefal OptiGrill

ИДЕАЛЬНЫЙ СТЕЙК

ЛЮБИМ

# ПРОЖАРКА

О чем ты мечтаешь? Все успевать и оставлять себе время на настоящее счастье?

УНИКАЛЬНЫЙ ЭЛЕКТРОГРИЛЬ OPTIGRILL ОТ TEFAL ГАРАНТИРУЕТ УСПЕХ!

Сверхинтеллектуальная датчик температуры, точность стейка, автоматический прогревает стейк, идеально для каждого.

Стеклокерамическая поверхность для легкой очистки.

Сменные пластины имеют покрытие из сафировой эмали (сверхпрочная).

Один компактный прибор - сотни вариантов.

4 основные программы: стейк, рыба, гамбургеры/сосиски, бургеры и ручной режим для грелоплавления овощей.

Благодаря интеллектуальной системе нагрева без масла.

Нагревается всего 10 минут для приготовления мяса или стейка и 5-7 - для овощей.

РЕЦЕПТ ОТ ШЕФ-ПОВАРА, КОНСТАНТИНА ИВЛЕВА:  
**АВХАЗСКАЯ ФОРЕЛЬ**  
 С ЗЕЛЕНОЙ ФАСОЛЬЮ И СМЕТАНО-ЛИМОННЫМ КРЕМЕМ

ИНГРЕДИЕНТЫ	КОЛИЧЕСТВО
Филе форели	100 г
Сливочное масло	20 г
Сметана	100 г
Соль	20 г
Сок лимона	10 г
Свежая зелень	10 г

ПРЕЗЕНТ

Стеклокерамическая поверхность и датчик температуры позволяют готовить стейк идеально. Благодаря интеллектуальной системе нагрева без масла.

Включите режим стейк и выберите стейк. Благодаря интеллектуальной системе нагрева без масла.

Нагревается всего 10 минут для приготовления мяса или стейка и 5-7 - для овощей.

# Etats-Unis

3<sup>e</sup> pays du Groupe

**Ventes 2016 - 3,7 % à tcpc**

Une année en demi-teinte après 2 années de forte croissance

- Très bonne année pour All-Clad
- Poursuite du développement de Rowenta et Imusa
- Plus difficile en Articles culinaires cœur de gamme (T-fal)



# Brésil

5<sup>e</sup> pays du Groupe

- Ventes 2016 - 4 %
- Marché en baisse
- Gain de PDM



**Ventes 2016 + 15 % à tpc**  
Encore une très belle performance

- Forte progression en Articles culinaires et PEM
- Accélération en Soins du Linge et de la Maison
- Nouveaux gains de points de vente  
> 55 000 à fin 2016
- « Double 11 » day : 65 M€ de ventes réalisés  
on-line sur la journée



# Japon

6<sup>e</sup> pays du Groupe

ASIE



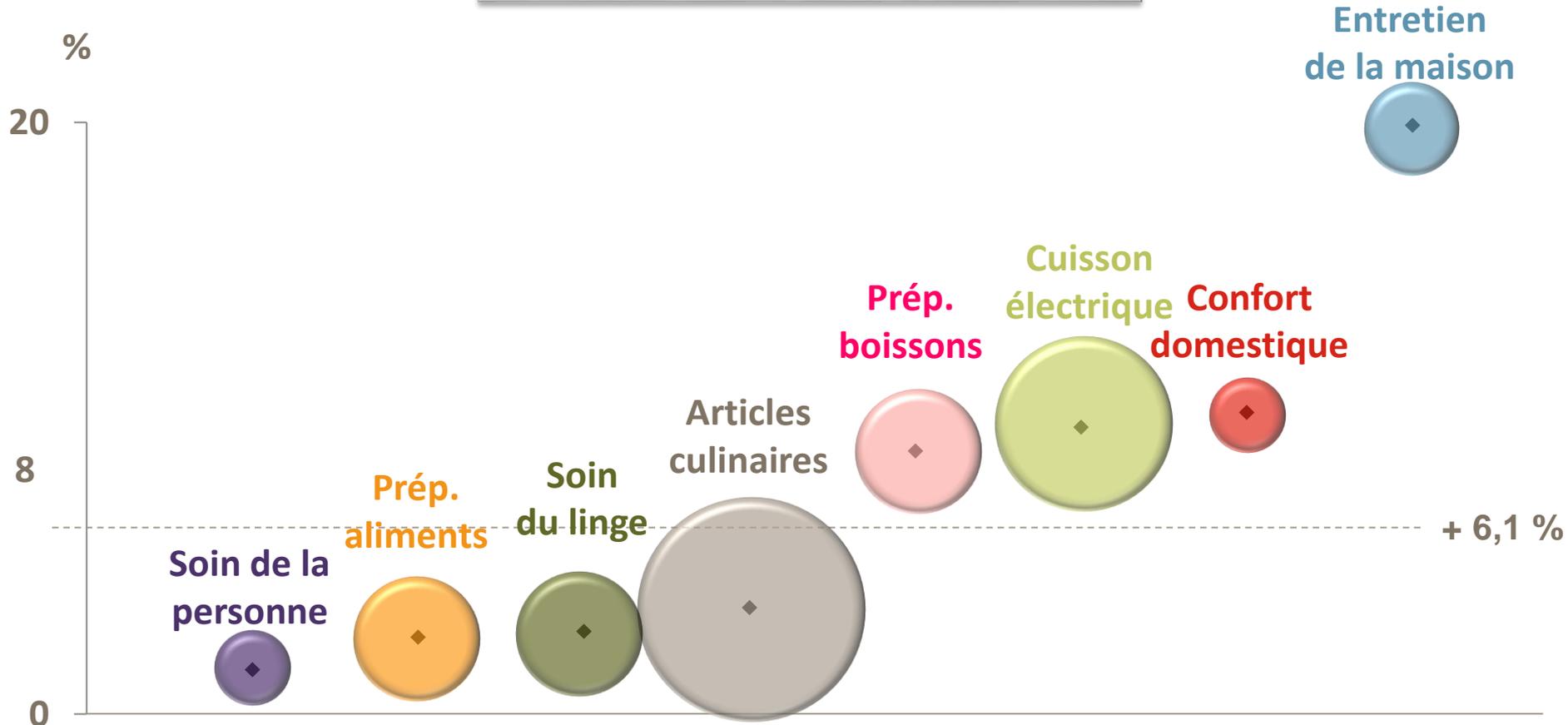
- Ventes 2016 + 8 %
- Retour aux PDM historiques en bouilloires > 50 %
- Belles performances du Retail Groupe

A man in a light blue shirt is looking at his smartphone in a kitchen. The background shows a stone wall and white cabinets. In the foreground, there are some vegetables like a red onion and a bell pepper.

- **Produits champions**

# Palmarès 2016 par ligne de produits

Croissance des ventes en % à tcpc



# Petit-déjeuner et boissons

- Consolidation leadership en petit-déjeuner en Europe
- Forte croissance en bouilloires
  - Production > 10 M de pièces en 2016 à Shaoxing
- Poursuite du développement en machines à café expresso automatiques
  - **Ventes + 50 % en 2 ans**
- Groupe SEB, 1<sup>er</sup> partenaire de Nespresso et Dolce Gusto dans le monde



# Cuisson électrique

- Poursuite d'une solide croissance en cuiseurs à riz
- Succès confirmé de Cookeo, notamment en France
  - **Ventes > 1 Million de pièces** depuis le lancement
  - Cookeo Connect = **15 %** des ventes
- Poursuite du développement d'OptiGrill
  - **Ventes > 1 Million de pièces** depuis le lancement
- Consolidation du leadership mondial en friteuses traditionnelles



# Préparation Culinaire

- ➔ Poursuite du développement des robots cuiseurs
  - Cuisine Companion > 300 000 pièces en 3 ans
  - iCompanion > 20 % des ventes de Cuisine Companion
  
- ➔ Ventes en croissance > 10 % pour Soup & Co
  
- ➔ Progression + 25 % en blenders
  - Chine (High Speed Blenders)
  - Inde
  - Amérique Latine



# Soin du Linge

- Stabilité des ventes en fers vapeur
- Léger repli des ventes en générateurs
  - Lancement réussi de Pro-Express Care en haut de gamme
- **Ventes en croissance > 60 %** en défroisseurs
  - Chine, Japon, Etats-Unis, Europe...
- Lancement de Tweeny 2 en 1 en Europe



# Entretien de la Maison

- Poursuite de l'essor rapide en aspirateurs traîneaux
  - **Ventes + 17 %** en aspirateurs sac → Silence Force 4A : **ventes x 5**
  - **Ventes + 40 %** en aspirateurs sans sac
- Lancement réussi de Clean&Steam en 2016
- Lancement de Air Force 360 en 2017
- Leadership en France, Italie, Espagne et Portugal
  - Gains de PDM en Europe : + 1,8 pt en 1 an



# Articles culinaires

- Leadership mondial conforté en 2016
- En croissance malgré une baisse des LPs vs 2015
- Lancement des autocuiseurs Clipso Minut et Clipso Minut Duo
- Forte croissance en ustensiles et accessoires de cuisine



# RÉSULTATS ANNUELS 2016

Paris – 21 février 2017

## **2. Activité et Résultats**

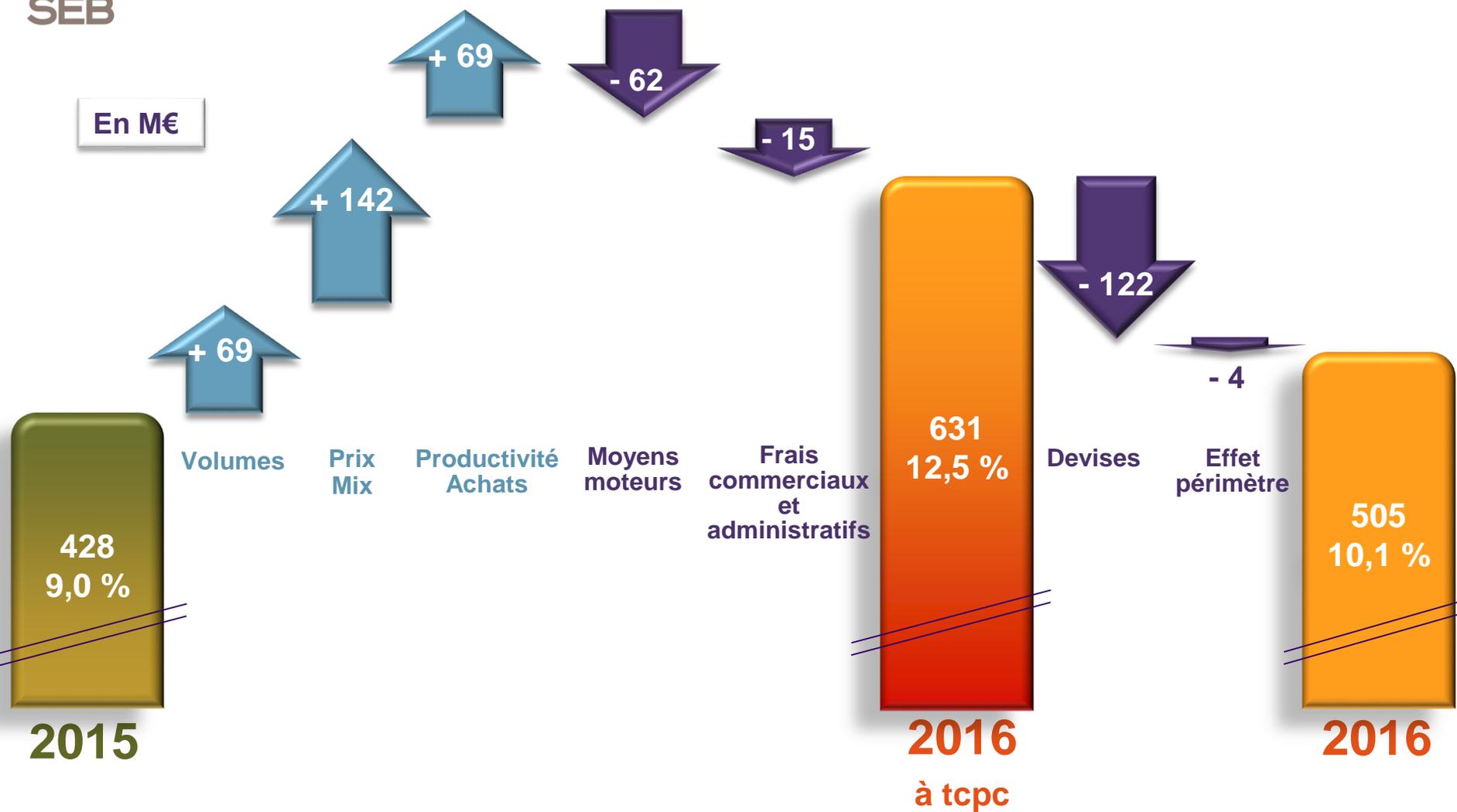
**1. Ventés**

**2. Résultats**

# Résultat Opérationnel d'Activité (ROPA)

En M€	2015	2016	△ En €	△ tpc
Ventes	4 770	5 000	+ 4,8 %	+ 6,1 %
Frais opérationnels	4 342	4 495		
<b>Résultat Opérationnel d'Activité (ROPA)</b>	<b>428</b>	<b>505</b>	<b>+ 18,0 %</b>	<b>+ 47,0 %</b>
<b>MOP</b>	<b>9,0 %</b>	<b>10,1 %</b>	<b>+ 1,1 pt</b>	<b>+ 3,5 pts</b>

# Construction du ROPA, 2015 → 2016



# Moyens moteurs : Innovation

En M€	2015	2016	
Marketing stratégique	68	75	
R & D	100	104	
<b>TOTAL</b>	<b>168</b>	<b>179</b>	<b>+ 6,8 % à tpc</b>

*Montant brut , avant CIR et capitalisation*

# Moyens moteurs : Publicité et Marketing

En M€	2015	2016	
Publicité	121	131	
Marketing opérationnel	269	304	
<b>TOTAL</b>	<b>390</b>	<b>435</b>	<b>+ 13,2 % à tpc</b>

# Résultat d'Exploitation

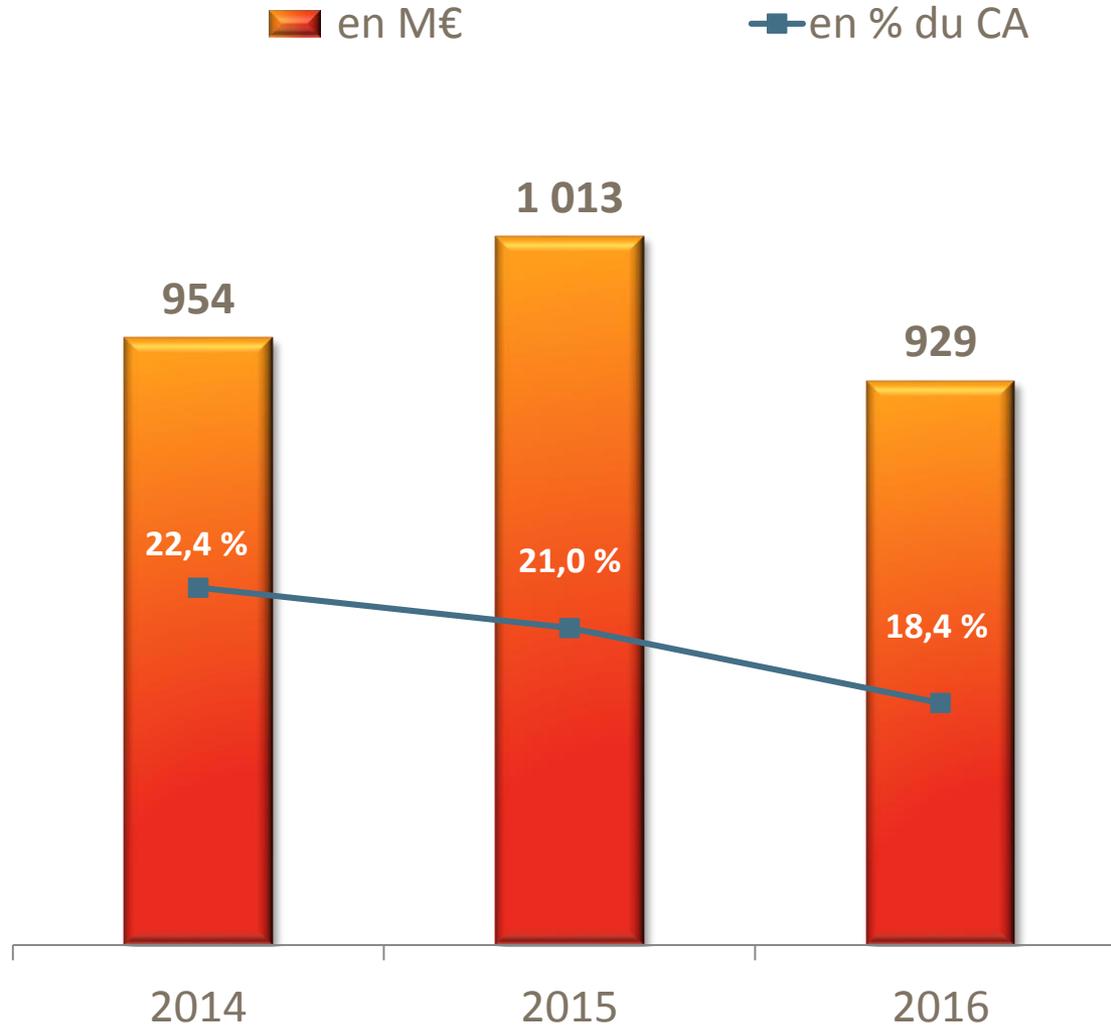
En M€	2015	2016	
Résultat Opérationnel d'Activité (ROPA)	428	505	+ 18 %
Intéressement et participation	(31)	(37)	
Autres produits et charges d'exploitation	(26)	(42)	
<b>Résultat d'exploitation</b>	<b>371</b>	<b>426</b>	<b>+ 15 %</b>

# Résultat Net

En M€

	2015	2016	
Résultat d'exploitation	371	426	+ 15 %
Charges d'intérêt	(28)	(30)	
Autres charges financières	(20)	(28)	
Impôts	(82)	(77)	
Intérêts minoritaires	(35)	(32)	
<b>Résultat net part du Groupe</b>	<b>206</b>	<b>259</b>	<b>+ 26 %</b>

# Amélioration significative du BFR



# Evolution de l'endettement net

En M€

Trésorerie d'exploitation : 452 M€ (257 M€)

2015

- 534

117

136

70

- 46

316

-576

125

129

-126

-4

1 919

84

92

60

2 019

Dette fin  
2015

Capacité  
d'autofin.

Impôts et  
frais  
financiers

Invest.

BFR

Autre  
exploitation

Dividendes

Devises

Acquisitions

Autres  
hors.  
Exploitation

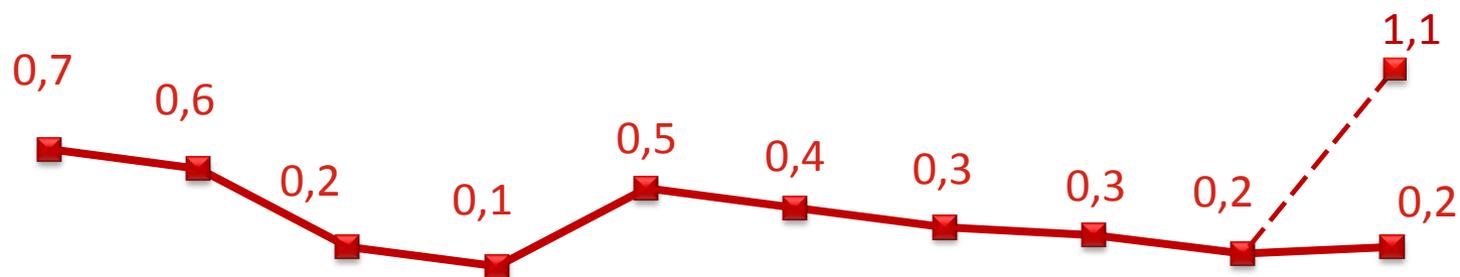
Dette fin  
2016

# Ratios d'endettement conformes aux attentes

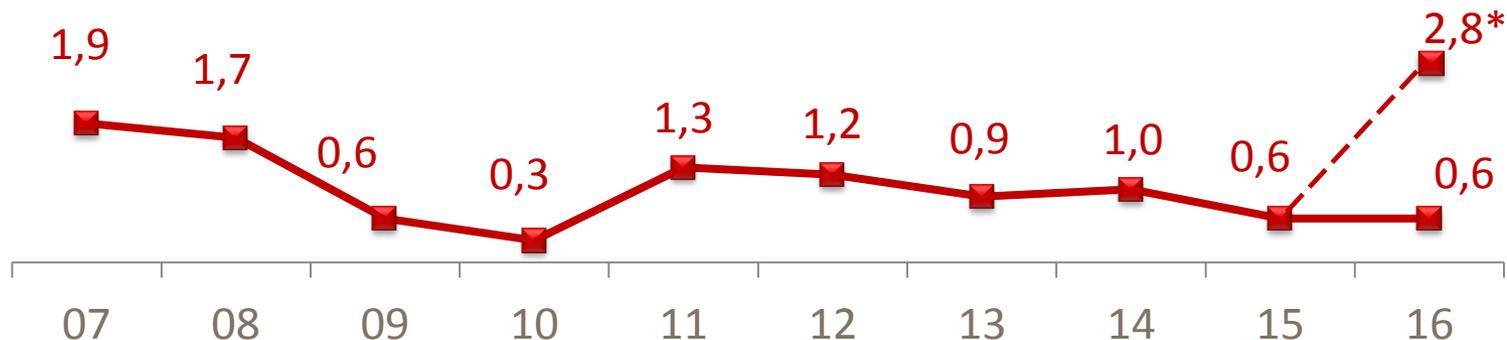
■ Hors WMF    - - - Avec WMF

Dette nette/Fonds propres

Ratio au 31/12



Dette nette/EBITDA

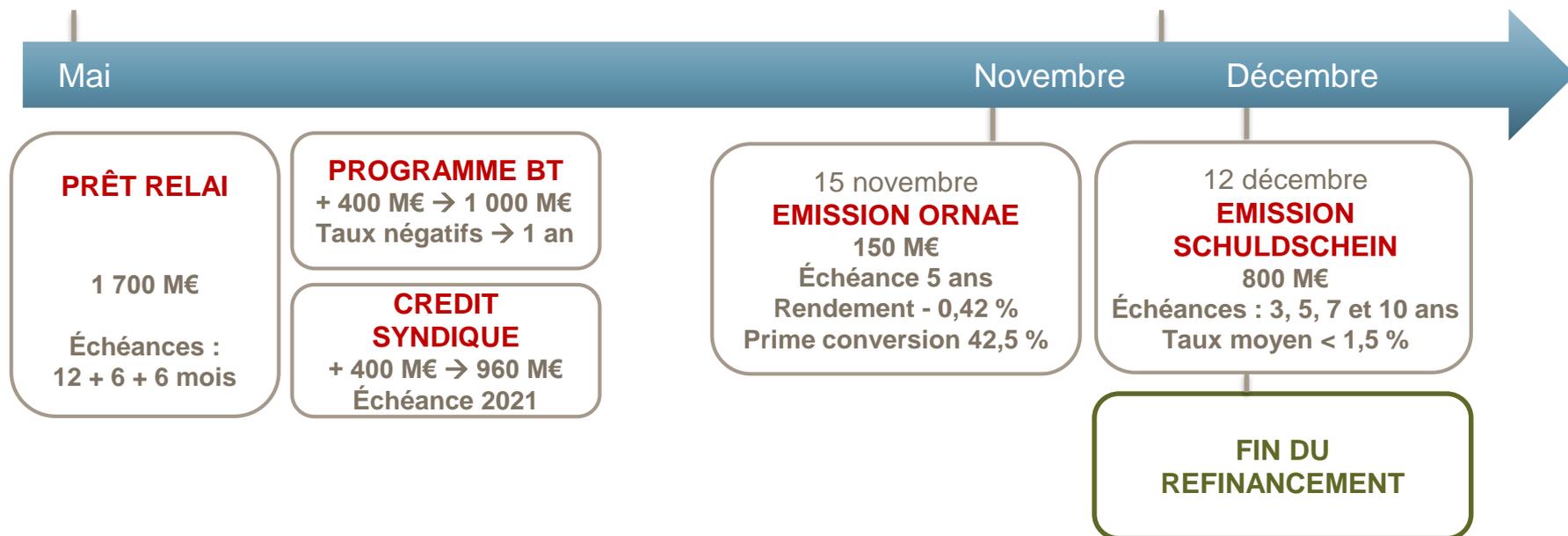


\*Dette / Ebitda proforma ajusté

# Financement de l'acquisition de WMF

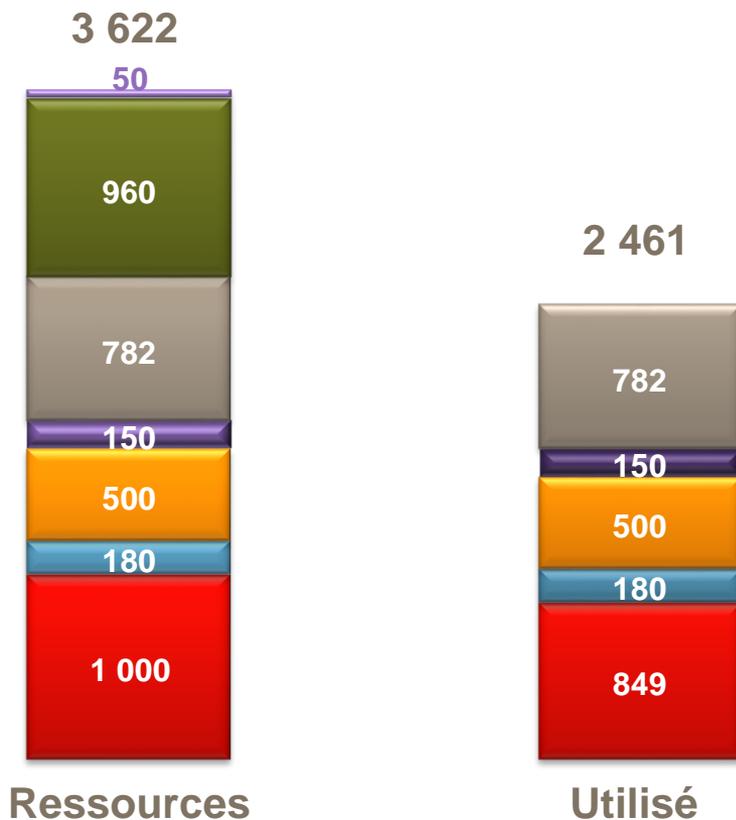
ANNONCE PROJET  
D'ACQUISITION

30 NOVEMBRE  
CLOSING



# Une architecture de financement solide

En M€



31/12/2016

Échéance moyenne  
(hors Billet de trésorerie)

→ 4,8 ans

Taux de financement moyen  
(sur dette utilisée à plus d'1 an)

→ 1,88 %

-  Bi-latéral - back up
-  Syndiqué - back up
-  Schuldschein 2016
-  ORNAE
-  Obligataire
-  Schuldschein 2012
-  Billets de trésorerie

# Bilan simplifié

En M€

	31/12/2015	31/12/2016
Actif immobilisé	1 655	3 418*
BFR d'exploitation	1 013	1 225
<b>Total des actifs à financer</b>	<b>2 668</b>	<b>4 643</b>
Fonds propres	1 908	1 836
Provisions	240	443
Autres actifs et passifs à CT	204	345
Dette financière nette	316	2 019
<b>Total des financements</b>	<b>2 668</b>	<b>4 643</b>

\* Dont Goodwill provisoire : 1 283 M€

# Compte de résultat 2016 proforma

En M€	Groupe SEB	Proforma WMF	Proforma* Groupe SEB + WMF
Ventes	5 000	1 100	6 095
EBITDA ajusté	591	128	719
ROPA <i>MOP</i>	505 10,1 %	94 8,5 %	599 9,8 %
Résultat d'exploitation	426	78	504
Résultat net Part du Groupe	259	45	305

\* Après élimination des transactions inter-compagnies et avant impact de l'allocation du prix d'acquisition (en particulier réévaluation des stocks - qui viendra exceptionnellement minorer de 14 M€ les résultats publiés en 2017 – et éventuel amortissement d'actifs incorporels)

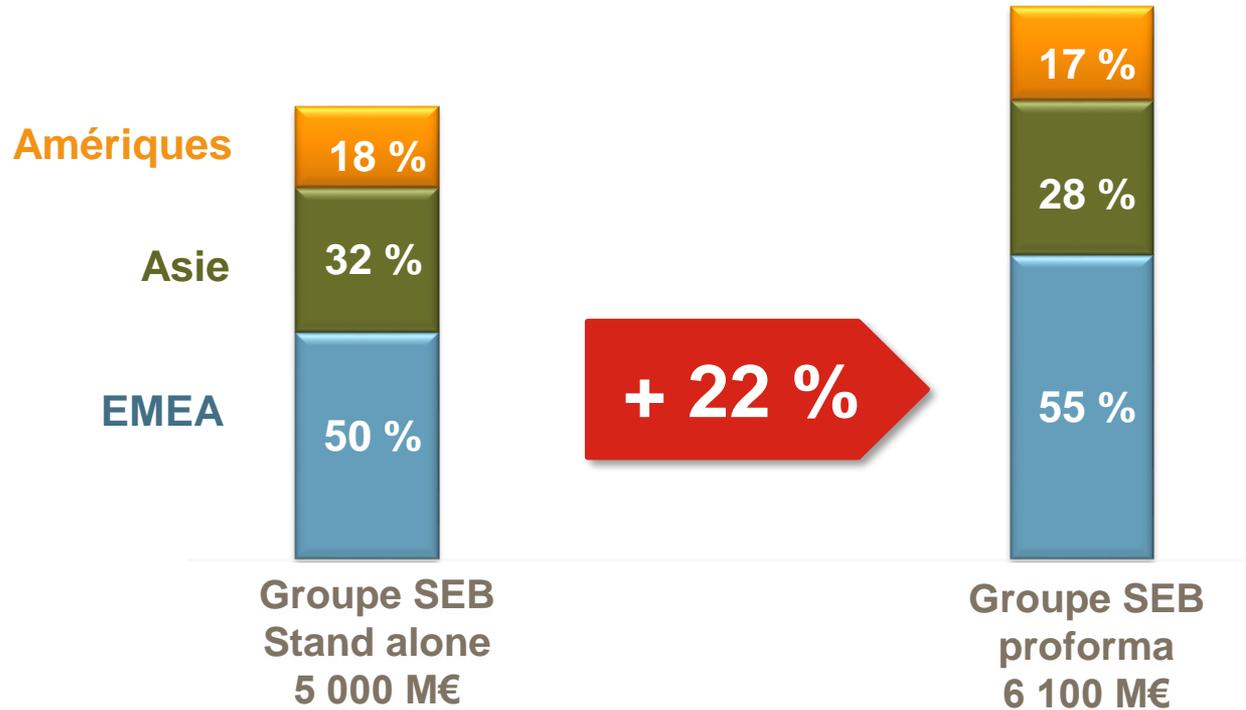
# RÉSULTATS ANNUELS 2016

Paris – 21 février 2017

## 3. Une nouvelle dimension



# Répartition géographique des ventes

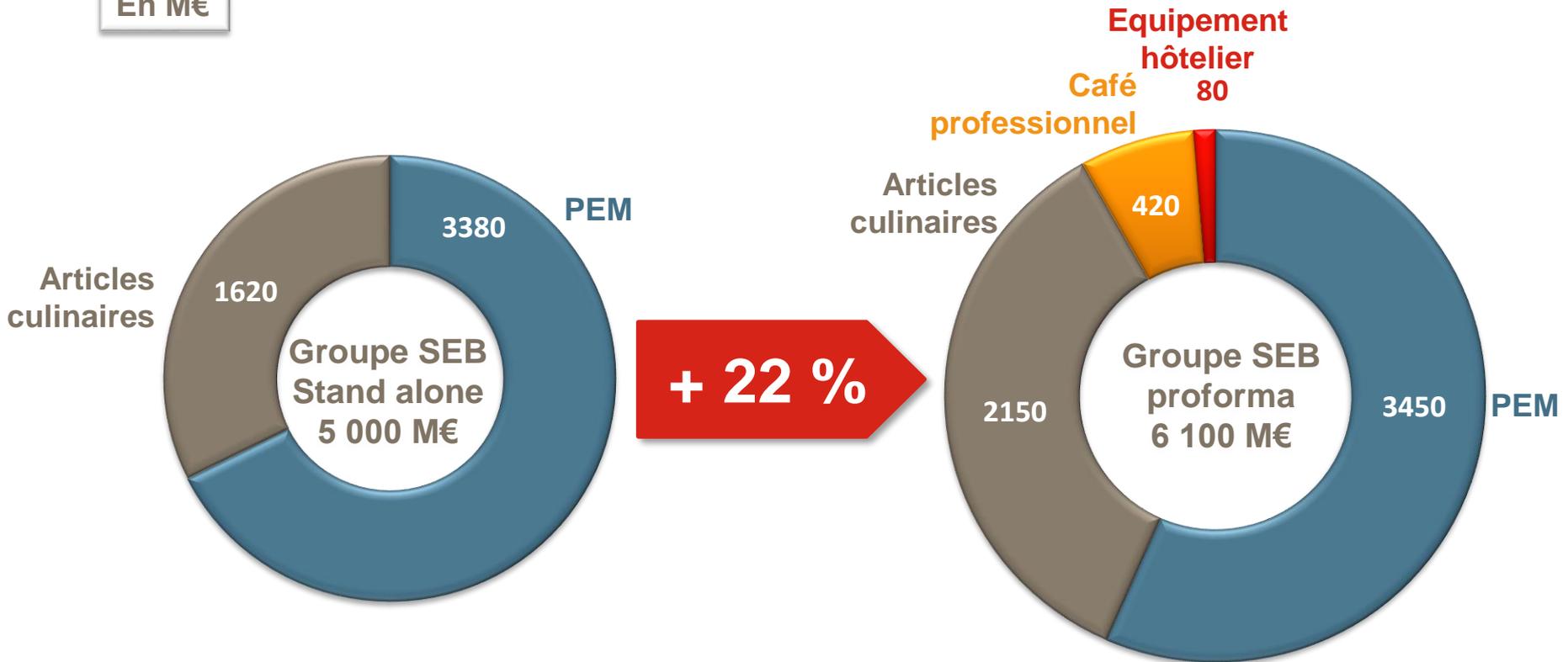


54 %	Pays matures	60 %
46 %	Pays émergents	40 %

Chiffres 2016

# Un nouveau profil d'activités

En M€



Chiffres 2016 - par catégorie

# Process d'intégration EMSA / WMF

- Closing d'EMSA le 28 juin et de WMF le 30 novembre 2016
- Comités d'intégration
  - Equipes mixtes Groupe SEB / EMSA / WMF
- Equipe top management en place
- Plan d'intégration, 2 types de chantiers :
  - Arrimage au Groupe SEB
  - Création de valeur

# Développement en café professionnel



- Consolidation du leadership en Allemagne
- Accélération du développement international (Etats-Unis, Chine, France...) en capitalisant sur les 2 marques WMF et Schaerer
- Fertilisation croisée professionnel / « consumer »

Chiffres 2016

# Nouvelle dimension en Allemagne en petit équipement domestique



- > 30 % PDM en Articles culinaires
- Complémentarité des réseaux de distribution Groupe SEB / WMF / EMSA
- Utilisation du Retail WMF pour les produits du Groupe SEB et d'EMSA

Chiffres 2016

# Croissance accélérée en ustensiles et accessoires de cuisine



- Accélération du développement international
  - 10 pays clés
  - Déploiements croisés de l'offre
- Création de pôles d'expertise complémentaires
  - Couteaux WMF
  - Bouteilles isothermes EMSA
  - Boîtes conservation EMSA

Chiffres 2016

# Développement en Articles culinaires premium



- Complémentarité des marques All-Clad, Lagostina, WMF, Silit
- PDM en Articles culinaires premium significativement accrue

Chiffres 2016

# Synergies de coûts

Taille critique



- Massification des achats
- Utilisation des capacités industrielles

Expertises croisées  
& Opérations



- R&D
- Efficacité industrielle
- Optimisation logistique

Structures et fonctions  
supports



- Mutualisation des fonctions
- Organisation Groupe SEB / WMF et systèmes d'information

# Guidance 2017

	2014	2015	2016	Proforma 2016
Ventes	+ 4,6 %	+ 8,0 %	+ 6,1%	+ 5,7 %
ROPA	368 M€	428 M€	505 M€	599 M€

## Objectifs 2017



Croissance organique des ventes



Progression du ROPA



Confirmation de l'effet de relatif WMF  $\geq 20\%$  sur BNPA 2017\*

\* Avant impact de l'allocation du prix d'acquisition (en particulier réévaluation des stocks - qui viendra exceptionnellement minorer de 14 M€ les résultats publiés en 2017 – et éventuel amortissement d'actifs incorporels)

# RÉSULTATS ANNUELS 2016

Paris – 21 février 2017

## 4. Annexes



# Variations massives des parités monétaires

- Effondrement de certaines devises vs €

- Sur un an (variation de taux moyens 2016 vs. 2015)

RUB	BRL	JPY	TRY	COP	CAD	UAH	ARS	USD	CNY
- 6 %	- 4 %	+ 13 %	- 9 %	- 8 %	- 2 %	- 11 %	- 35 %	+ 0 %	- 4 %

- Sur deux ans (variation de taux moyens 2016 vs. 2014)

RUB	BRL	JPY	TRY	COP	CAD	UAH	ARS	USD	CNY
- 30 %	- 19 %	+ 18 %	- 12 %	- 20 %	+ 1 %	- 42 %	- 32 %	+ 19 %	+ 12 %

# Effet devises / trimestre sur le CA et le ROPA 2014 → 2016, en M€

Impact devises sur les ventes	T1	T2	T3	T4	Total Année	Ventes
2016	- 39	- 53	- 18	- 12	- 122	5 000
2015	+ 60	+ 67	+ 12	+ 10	+ 149	4 770
2014	- 53	- 54	- 19	- 6	- 132	4 253

Impact devises sur le ROPA	T1	T2	T3	T4	Total Année	ROPA
2016	- 45	- 26	- 43	- 18	- 122	505
2015	- 15	- 17	- 16	- 52	- 100	428
2014	- 24	- 21	- 12	- 37	- 94	368

# Evolution des ventes et du ROPA

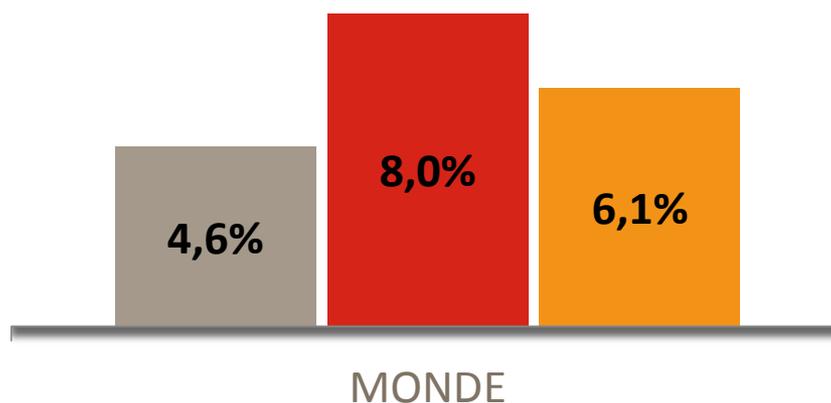
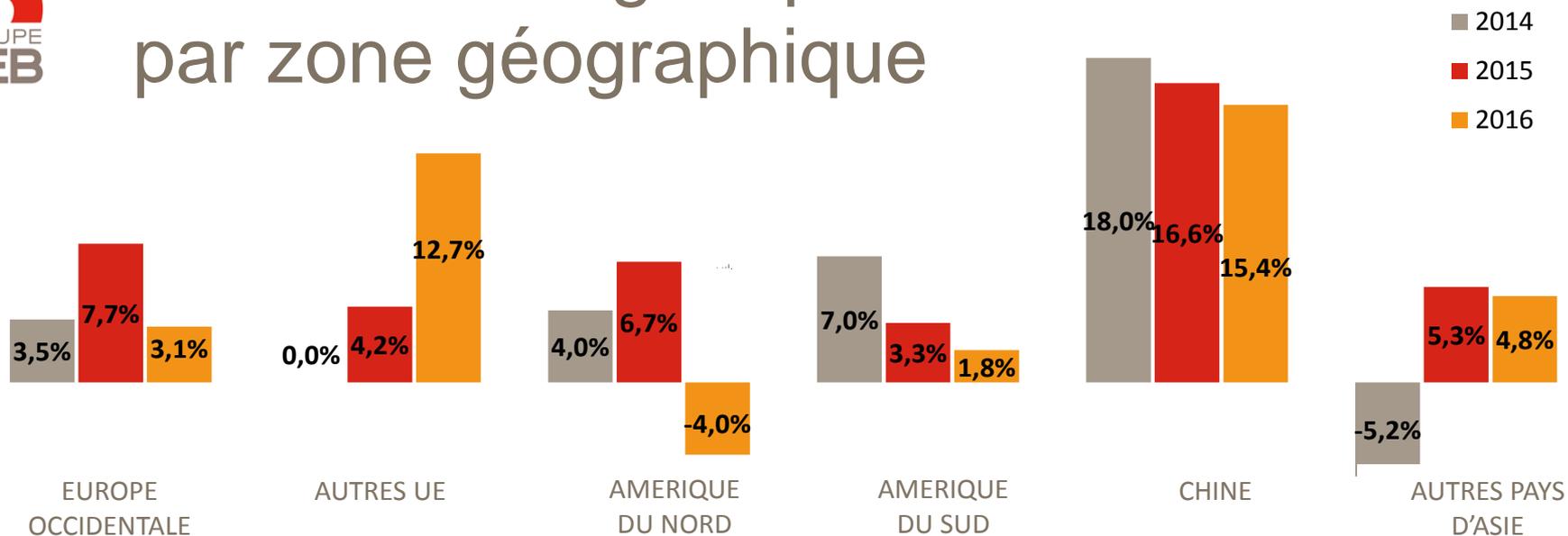
## 2015 – 2016

Par semestre, en M€

	Ventes 2015	Croissance organique	Devises	Périmètre	Ventes 2016
S1	2 113	+ 127	- 92	+ 16	2 164
S2	2 657	+ 165	-30	+ 44	2 836
Année	4 770	+ 292	- 122	+ 60	5 000

	ROPA 2015	Volumes	Mix prix	Productivité Achats	Moyens moteurs	Autres coûts	ROPA 2016 à tpc	Devises	Périmètre	ROPA 2016
S1	146	+ 17	+ 79	+ 20	- 26	- 3	233	- 61	0	172
S2	282	+ 52	+ 63	+ 49	- 26	- 12	398	- 61	- 4	333
Année	428	+ 69	+ 142	+ 69	- 62	- 15	631	- 122	- 4	505

# Croissance organique des ventes par zone géographique





## • 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.

### ***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.

### ***Endettement financier net (ou dette financière nette)***

Sous cette terminologie, on entend 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 qui ont une échéance inférieure à un an et sont cessibles facilement. L'endettement financier net s'entend également après d'éventuels placements financiers à court terme sans risque de changement de valeur significatif mais dont l'échéance à la date de souscription est supérieure à 3 mois.

### ***Trésorerie d'exploitation***

La trésorerie d'exploitation correspond à la « trésorerie provenant de l'exploitation » telle que présentée dans le tableau des flux de trésorerie consolidés, retraitée des opérations non récurrentes ayant impacté l'endettement net du Groupe (par exemple, les restructurations décaissées) et après prise en compte des investissements récurrents (CAPEX).

# Calendrier des prochains évènements



21/02/2017 06h30	Résultats annuels 2016
27/04/2017 17h40	Ventes et infos financières du T1 2017
11/05/2017 14h30	Assemblée Générale 2017
26/07/2017 06h30	Ventes et résultats du S1 2017

# Contacts



**Investisseurs / Analystes**  
Groupe SEB  
Direction de la Communication Financière  
et des Relations Investisseurs  
Isabelle Posth et Sandrine Bousard

[iposth@groupeseb.com](mailto:iposth@groupeseb.com)  
[sbousard@groupeseb.com](mailto:sbousard@groupeseb.com)

Tél. : +33 (0) 4 72 18 16 40  
[comfin@groupeseb.com](mailto:comfin@groupeseb.com)



**Presse**  
Image Sept  
Caroline Simon  
Claire Doligez  
Isabelle Dunoyer de Segonzac

[caroline.simon@image7.fr](mailto:caroline.simon@image7.fr)  
[cdoligez@image7.fr](mailto:cdoligez@image7.fr)  
[isegonzac@image7.fr](mailto:isegonzac@image7.fr)

Tél. : +33 (0) 1 53 70 74 48



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

