

**“** Madame, Monsieur,  
Chers actionnaires,

Dans un environnement général plus compliqué qu'anticipé, le Groupe SEB a réalisé en 2018 de bonnes performances, avec une croissance organique de près de 8%, un Résultat Opérationnel d'Activité en progression de 2,5% – malgré des effets négatifs matières et devises de plus de 100 M€ – et un Résultat net pour la première fois supérieur à 400 M€. La poursuite du désendettement s'est traduite par un ratio dette nette / EBITDA ajusté inférieur à 2 à fin décembre, conforme à l'objectif que nous nous étions fixé.

Nos grands moteurs de croissance ont pleinement fonctionné : la Chine, bien sûr, où Supor continue de surperformer un marché toujours porteur, le Japon, la Corée, l'Europe centrale, l'Ukraine et la Russie. Du côté des activités, la dynamique a été robuste en Entretien des sols, Cuisson électrique, Préparation des aliments et Café professionnel. Enfin, le e-commerce a également été un solide contributeur à la croissance et représente aujourd'hui près de 25% du chiffre d'affaires du Groupe.

Notre stratégie de croissance rentable, qui repose sur la force de notre portefeuille de marques, une solide dynamique produits, une présence dans tous les canaux de distribution, dans le monde entier, nous confère un avantage compétitif majeur. Elle est mise en œuvre au quotidien par des équipes passionnées, toujours prêtes à relever de nouveaux défis, et que je tiens ici à remercier pour leur professionnalisme et leur engagement. Elle s'inscrit dans le long terme à travers une démarche responsable aux plans social, sociétal et environnemental, largement reconnue et créatrice de valeur pour tous.

2019 s'ouvre sur un environnement qui demeure incertain. Mais le Groupe est bien armé et vise en 2019 une nouvelle croissance organique de ses ventes et une progression de son Résultat Opérationnel d'Activité.

Je vous remercie de votre confiance.



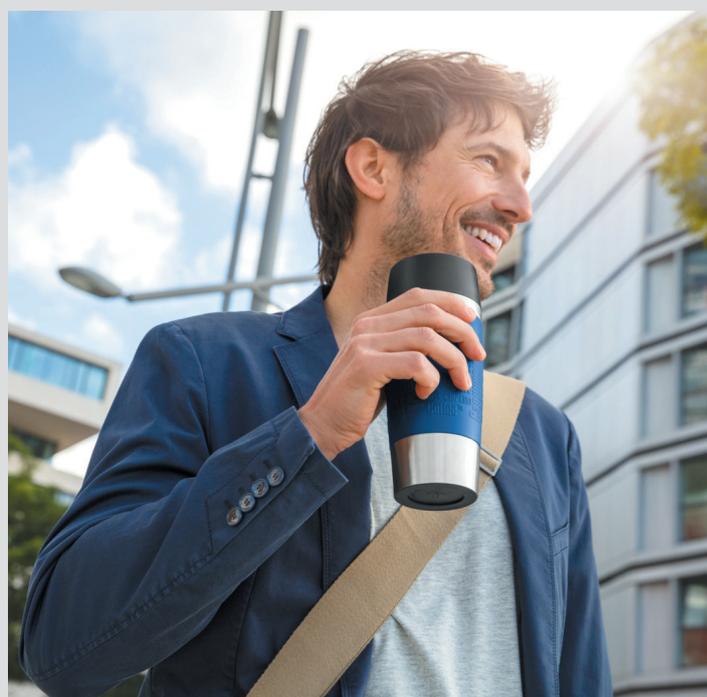
*Thierry de La Tour d'Artaise*

Thierry de La Tour d'Artaise  
Président-Directeur Général

## Sommaire

### ACTUALITÉS DU GROUPE

PAGES 2\_3



### 2018, UNE BONNE ANNÉE

PAGES 4\_7

CHIFFRE  
D'AFFAIRES  
**6812 M€**  
+5,1%  
+7,8% à tpc\*

RÉSULTAT OPÉRATIONNEL  
D'ACTIVITÉ  
**695 M€**  
+2,5%\*\*  
+8,5% à tpc\*

RÉSULTAT NET  
**419 M€**  
+11,8%

DETTE NETTE  
**1 578 M€**  
-327 M€ vs 31/12/2017

\* tpc = taux de change et périmètre constants

\*\* avant impacts non récurrents de l'allocation du prix d'acquisition de WMF : -17 M€

### PARCOURS BOURSIER

PAGE 8

# LE CAFÉ, NOUVEAU RELAIS DE CROISSANCE POUR LE GROUPE

La consommation mondiale de café est en croissance régulière. Cette croissance est soutenue notamment par des pays tels que la Chine, traditionnellement consommateurs de thé, mais qui connaissent une forte demande pour le café.

Celle-ci est portée par une classe moyenne jeune, urbaine, à la recherche de café premium utilisant des grains haut de gamme et consommé dans des *Coffee shops* qui servent alors de lieu de rendez-vous entre proches.

Ces enseignes spécialisées s'équipent de machines professionnelles, simples à utiliser, productives et délivrant tout au long de la journée un café de très bonne qualité.

L'acquisition de WMF en 2016 a constitué pour le Groupe SEB une formidable opportunité d'entrer sur ce marché très attractif des machines à café professionnelles, complémentaire à l'activité Grand public où le Groupe était présent avec les machines individuelles : cafetières filtre, machines à dosettes (Nespresso, Dolce Gusto) et machines expresso automatiques.



en bref



Acquisition de Wilbur Curtis : l'ambition du leadership en café professionnel aux États-Unis



Le Groupe a confirmé ses ambitions et sa détermination à poursuivre son expansion dans ce secteur, très porteur, en finalisant en février 2019 l'acquisition de Wilbur Curtis,

spécialiste du café filtre aux États-Unis. Wilbur Curtis apporte au Groupe une complémentarité stratégique majeure en termes d'offre produits, de gammes de prix et de portefeuille clients.

Fondée en 1941, Wilbur Curtis produit et commercialise des équipements de préparation de boissons chaudes et froides, principalement des machines à café filtre et à cappuccino. Ses investissements soutenus, notamment en matière d'innovation, lui permettent de proposer une offre parmi les plus avancées du marché, et de toute première qualité.

Les ventes, en croissance régulière, s'élèvent à plus de 90 M USD et sont réalisées majoritairement aux États-Unis. Les principaux clients sont torréfacteurs, diverses enseignes de *coffee shop*, des magasins de proximité, chaînes de restauration rapide, hôtels et restaurants.

## Un nouveau succès en France : Cake Factory de Tefal

Cake Factory, c'est un appareil ludique pour faire des gâteaux en famille en toute occasion.

Doté de 5 programmes intelligents, Cake Factory calcule automatiquement la courbe optimale de cuisson pour chaque recette, afin d'obtenir une cuisson parfaite.

Cœurs coulants chocolat, cannelés bordelais ou meringue, on peut tout réussir, quel que soit son niveau en cuisine !



### Un lancement digital réussi – la 1<sup>re</sup> communauté digitale du Groupe

Cake Factory c'est un lancement digital, avec une campagne d'influence marketing qui constitue une première pour le Groupe : envoi du produit à 50 micro-influenceurs pour test et publication de leur expérience, qui a conduit à près de 350 publications sur Instagram et touché plus d'1 million de personnes.

C'est aussi une communauté Facebook unique, avec déjà plus de 24 000 membres en 6 mois qui échangent activement des recettes, des astuces, des expériences, des photos.

C'est enfin une application Cake Factory, téléchargée 40 000 fois et utilisée au moins une fois par semaine par 90% des utilisateurs, permettant de consulter mais aussi de publier des recettes : 315 recettes d'utilisateurs ont ainsi été publiées sur l'application, venant compléter les 220 recettes originelles créées par la marque.





## Acquisition 750g International : Renforcement de notre expertise digitale

750g International est un éditeur de sites et services culinaires digitaux en Allemagne, Espagne, Italie, Portugal, Brésil, États-Unis et Royaume-Uni. Il intervient autour de 4 domaines clés : des technologies de diffusion de contenus digitaux, un portefeuille de 90 000 recettes en 5 langues, les services (livres de recettes imprimés ou création de contenus sur des plateformes digitales), une communauté de 10 millions de fans Facebook, 450 000 membres et 5 000 blogueurs. Cette acquisition vise à accélérer le développement du Groupe dans le digital culinaire et à aller encore plus loin dans l'offre de services innovants aux amateurs de cuisine.

## Tefal, la marque préférée des Français s'engage pour la planète



TEFAL a été élue « Marque préférée des Français » dans la catégorie ustensiles de cuisson. Une reconnaissance liée à la qualité de ses produits bien sûr, mais aussi à sa fabrication « Made in France » et à son engagement fort en matière de responsabilité environnementale.

Leader mondial des articles culinaires, Tefal a lancé depuis 2012, près de 20 opérations de recyclage qui ont permis de récupérer plus d'un million de produits.

Fort de cette réussite, Tefal lance désormais en France une nouvelle gamme de poêles, casseroles, woks et faitouts, baptisée Resource® et composée à 100% d'aluminium recyclé.

C'est la solution alternative pour cuisiner sain avec des ustensiles plus durables et fabriqués en France, à Rumilly. L'aluminium recyclé nécessite 20 fois moins d'énergie que l'aluminium vierge, tout en offrant une résistance et une robustesse comparables à celles du métal classique.

# VENTES 2018, UNE NOUVELLE TRÈS BELLE ANNÉE DE CROISSANCE

Dans un environnement économique qui s'est durci au fil des mois, le Groupe SEB a poursuivi en 2018 le développement de son activité à un rythme soutenu. À 6 812 M€, les ventes ont été en progression de 5,1%, incluant notamment une croissance organique de 7,8% et un effet devises de -3,2%.

La croissance organique bénéficie de notre implantation globale, de la richesse de notre offre et traduit de bonnes tendances d'activité dans la grande majorité de nos marchés. Elle intègre des éléments non récurrents au Brésil (reconnaissance d'une créance fiscale, grève des transporteurs au printemps, montée en charge du site

**L'Europe centrale** a joué un rôle majeur dans le développement des ventes en 2018. La Pologne a constitué un moteur de croissance fort et linéaire sur l'ensemble de l'année (environ +30% à tpc) ; la Roumanie et la Slovaquie ont pour leur part réalisé une très bonne année. Le Groupe a par ailleurs poursuivi son essor très rapide en Ukraine, et en Russie, la progression vigoureuse du chiffre d'affaires s'est confirmée.

**En Turquie**, dans un environnement économique dégradé depuis l'été, le Groupe a réussi à maintenir un bon niveau d'activité tout en passant des augmentations de prix pour compenser l'affaiblissement de la livre.

## en chiffres

d'Italiaia plus lente que prévu en Articles culinaires, défaillance d'un client) et en France (impact du mouvement des gilets jaunes au 4<sup>e</sup> trimestre) qui ont eu des effets sur les zones géographiques concernées mais dont l'impact net sur le chiffre d'affaires et le Résultat Opérationnel d'Activité du Groupe n'est pas matériel.

**En Europe occidentale**, en 2018, dans un marché européen du Petit Électroménager (PEM) qui a été dans l'ensemble, en progression plus modérée que les années précédentes, les ventes 2018 du Groupe se sont inscrites en légère croissance organique. Cette performance reflète notamment un retrait des programmes de fidélisation (LPs) et de l'activité en France.

**En France**, le Groupe a terminé 2018 sur un repli de ses ventes de 3,4%. À un environnement morose et aux difficultés de la distribution physique se sont ajoutées au 4<sup>e</sup> trimestre les manifestations des « gilets jaunes ». On soulignera pour autant que parmi nos principaux succès commerciaux figurent nos innovations récentes et notamment Cuisine Companion, les aspirateurs versatiles ou encore l'appareil à gâteaux Cake Factory.

**En Allemagne**, dans un marché moins porteur, notre activité hors LPs est restée tonique, portée par nos produits phares (aspirateurs, machines expresso automatiques, Optigrill...) et par le développement continu des ventes en ligne. La dynamique est également restée solide en Espagne, au Portugal et en Italie. Le Groupe a réalisé par ailleurs une excellente performance aux Pays-Bas. Enfin, au Royaume-Uni, notre chiffre d'affaires a été en recul dans un contexte de marché compliqué et peu porteur, en amont du BREXIT.

**Dans les autres pays d'EMEA**, la croissance organique des ventes de l'année s'est établi à +12,5%. Cette solide performance est nourrie par la quasi-totalité des grands pays de la zone et s'est traduite par un renforcement assez généralisé de nos positions dans les marchés. L'effet négatif des parités a conduit à des hausses de prix compensatoires dans plusieurs pays.

Si les ventes sont en recul au Moyen-Orient dans un contexte de récession marquée, le Groupe a réalisé en revanche une belle année en Égypte.

**En Amérique du Nord**, les ventes 2018 du Groupe sur la zone sont en baisse de 4,4% à tpc.

**Aux États-Unis**, notre activité 2018 a globalement été très perturbée par les difficultés de la distribution physique, résultant de l'essor continu des ventes en ligne, avec ses effets induits sur les circuits conventionnels physiques : multiplication des offres promotionnelles, réductions des stocks, fermetures de magasins, faillites... Au final, le chiffre d'affaires annuel est resté en retrait.

**Au Canada** également, le secteur de la distribution est en pleine transformation, et le Groupe a terminé l'année 2018 avec un recul de son chiffre d'affaires malgré de belles performances en Articles culinaires.

**Au Mexique**, la croissance solide réalisée sur l'année a été nourrie par les produits champions et par la mise en place de nouvelles références de cafetières filtre et expresso chez des clients majeurs. Ces performances ont conduit à de nouveaux gains de parts de marché pour le Groupe.

**En Amérique du Sud**, les devises ont continué à jouer un rôle défavorable sur les ventes, du fait notamment de la dépréciation continue du real et des pesos colombien et argentin.

**Au Brésil**, au-delà des effets non-récurrents, l'activité courante a montré des signes d'amélioration. Sur l'exercice, la conjoncture s'est avérée volatile, le contexte concurrentiel en Petit Équipement Domestique a été âpre, et l'un de nos clients distributeurs a été défaillant. En Articles culinaires, la montée en puissance plus lente que prévu du nouveau site industriel d'Italiaia a fortement pesé sur nos performances. En Petit Électroménager, l'activité 2018 est quasiment stable.

**En Colombie**, sur l'ensemble de l'exercice, le développement a été solide et qualitatif, porté en particulier par les ventilateurs, blenders, poêles, casseroles et autocuiseurs. En Argentine, dans un environnement dégradé, le retrait de nos ventes s'est poursuivi.

**En Chine**, le Groupe a réalisé en 2018 d'excellentes performances, affichant une croissance organique très vigoureuse trimestre après trimestre et surperformant de façon constante le marché. La remarquable vitalité des ventes de Supor doit être mise au compte de l'innovation, de l'extension de l'offre, d'investissements marketing et publicitaires importants et d'une exécution « terrain » efficace, en magasin et en ligne.

Le e-commerce, dont la progression se normalise quelque peu, sur la base d'historiques très élevés, est resté le moteur principal de la croissance de l'activité.

En Articles culinaires, l'activité est restée bien orientée, avec une solide contribution des familles traditionnelles – autocuiseurs, casseroles, poêles, woks... –, à laquelle s'ajoute l'essor rapide des ustensiles et accessoires de cuisine (*mugs* isothermes en particulier).

En Petit Électroménager (PEM), la dynamique extrêmement favorable s'est poursuivie, aboutissant à une croissance du chiffre d'affaires en yuan de l'ordre de 30% sur l'année.

En équipement fixe de cuisine, la tendance a aussi été à l'accélération du développement.

#### Dans les autres pays d'Asie,

Hors Chine, la croissance, modeste sur l'année est à mettre au compte, notamment, de la non-réurrence d'un programme de fidélisation WMF à Taïwan en 2017, qui masque de belles performances dans nos grands marchés de la zone.

**Au Japon**, la solide dynamique des ventes s'est poursuivie, portée par le succès confirmé de nos produits vedettes – articles culinaires, bouilloires, défroisseurs – mais aussi par les catégories lancées plus récemment, telles que, par exemple, les multicuiseurs Cook4me.

**En Corée**, nos performances ont également été bonnes, grâce en particulier à de nouvelles avancées en entretien des sols ainsi qu'en repassage.

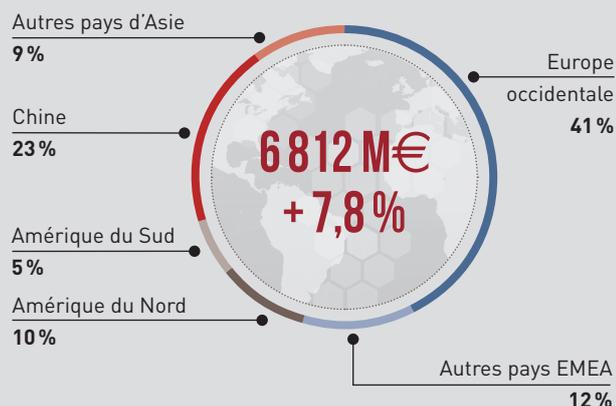
#### WMF

Les ventes de l'activité Professionnelle (Machines à café et Équipement hôtelier) se sont élevées pour l'ensemble de l'année à 635 M€, en croissance organique de 14,3%. Au-delà d'une très bonne tenue de l'activité courante – dans les pays germaniques ainsi qu'à l'international –, la forte accélération du second semestre est liée à la livraison d'importants contrats de machines à café signés en début d'année aux États-Unis et en Chine. Un nouveau contrat, d'ampleur, a été signé avec un autre client américain, dont la livraison a démarré au 4<sup>e</sup> trimestre et s'intensifiera en 2019.

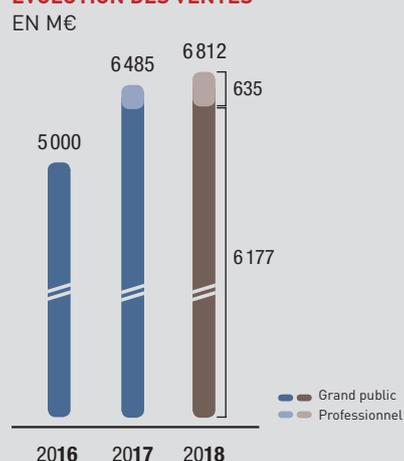
Pour ce qui est de l'équipement hôtelier, les ventes en légère baisse sur l'année reflètent principalement la cessation de certains partenariats non rentables.

## VENTES 2018

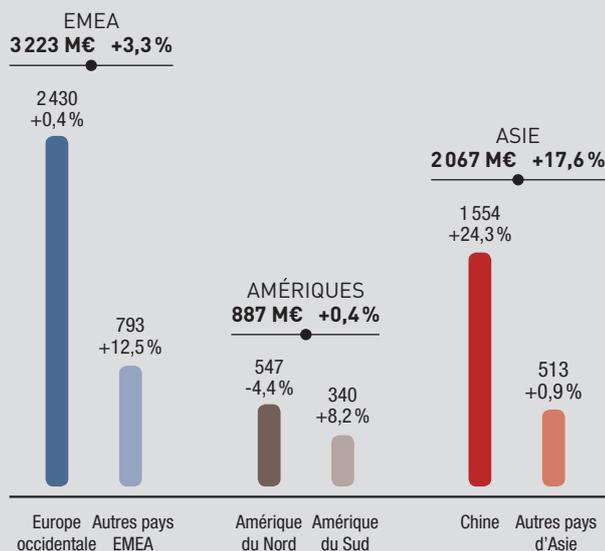
### RÉPARTITION DES VENTES PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE



### ÉVOLUTION DES VENTES EN M€

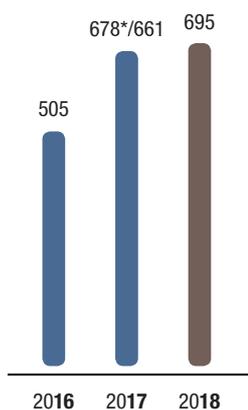


### VENTES GRAND PUBLIC : 6 177 M€ CROISSANCE ORGANIQUE PAR ZONE EN M€



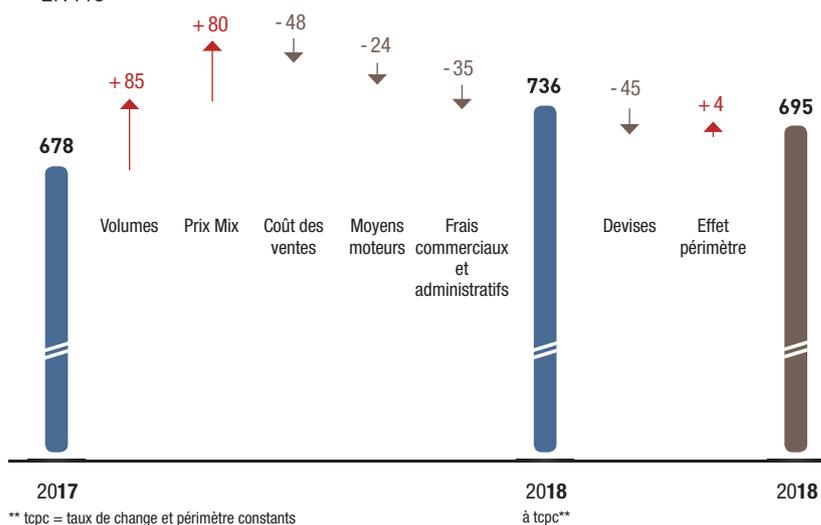
# DE BONNES PERFORMANCES

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



\*avant impacts non-récurrents de l'allocation du prix d'acquisition de WMF

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



\*\* tpc = taux de change et périmètre constants

## RÉSULTAT OPÉRATIONNEL D'ACTIVITÉ (ROPA)

Le **Résultat Opérationnel d'Activité (ROPA)** 2018 s'est établi à 695 M€, en progression de 2,5% par rapport au ROPA 2017 avant impacts non récurrents de l'allocation du prix d'acquisition de WMF. À taux de change et périmètre constants, il s'élève à 736 M€, en croissance de 8,5%. L'effet des parités sur l'exercice a été de -45 M€, contre -10 M€ en 2017. Les principales devises qui ont pesé ont été la livre turque, le rouble, le peso argentin et le real. L'évolution positive du Résultat Opérationnel d'Activité 2018 doit être mise en perspective d'un historique 2017 exceptionnellement élevé. Elle constitue à ce titre une solide performance.

La croissance organique de 8,5% du ROPA 2018 peut être détaillée comme suit :

- Un effet volume de +85 M€ lié à l'évolution favorable de l'activité ;
- Un effet prix-mix de +80 M€, composé d'une poursuite de la montée en gamme et de hausses tarifaires (par exemple en Turquie ou en Russie), mais aussi d'une activité promotionnelle accrue ;
- Une augmentation de 48 M€ du coût des ventes, qui reflète principalement le renchérissement des matières premières (-57 M€ vs 2017) ;
- Un accroissement de 24 M€ des investissements en moyens moteurs (innovation, marketing opérationnel et publicité, cette dernière étant aujourd'hui à plus de 40% digitale) ;
- Une augmentation des frais commerciaux et administratifs de 35 M€, qui concerne aussi bien l'activité Grand Public – en particulier les magasins en propre – que le Café Professionnel, dont l'accélération du développement requiert des investissements, notamment en force de vente.

## RÉSULTAT D'EXPLOITATION ET RÉSULTAT NET

Le **Résultat d'Exploitation du Groupe** pour 2018 s'est élevé à 625 M€, contre 580 M€ en 2017. Il intègre une charge d'Intéressement et de Participation de 34 M€, contre 38 M€ en 2017, du fait de performances en retrait en France. Il inclut également d'autres produits et charges, à hauteur de -36 M€

(-44 M€ en 2017) qui comprennent notamment la fin du plan de réorganisation industrielle et logistique au Brésil, des frais liés à l'intégration de WMF ainsi qu'une dépréciation additionnelle du goodwill de Maharaja Whiteline.

Le **Résultat financier** s'est établi à -32 M€ en 2018, contre -72 M€ en 2017. Cette évolution reflète la diminution de la juste valeur de la partie optionnelle de l'ORNAE et la reconnaissance d'intérêts moratoires positifs relatifs à la créance fiscale au Brésil.

À 419 M€, le **Résultat net part du Groupe** a progressé de 11,8%. Il intègre une charge d'impôt de 131 M€, soit un taux d'impôt effectif pour l'exercice 2018 de 22,1%. Pour rappel, le taux effectif de 2017 (19,5%) bénéficiait des effets non récurrents de la réforme fiscale aux États-Unis et de la restitution de la taxe sur les dividendes en France. Le Résultat net part du Groupe s'entend également après intérêts des minoritaires de 43 M€ (34 M€ en 2017), dont l'accroissement est à mettre au compte des excellentes performances de Supor en Chine.

## BILAN

Au 31 décembre 2018, les capitaux propres s'élevaient à 2307 M€, en augmentation de 343 M€ par rapport à fin 2017.

À fin 2018, la dette nette s'élevait à 1578 M€, contre 1905 M€ un an auparavant, soit une baisse de 327 M€. Ce retrait est issu d'une forte génération de trésorerie d'exploitation, de 552 M€ sur l'année (322 M€ en 2017). Le besoin en fonds de roulement (BFR) s'est établi à 1120 M€, soit 16,4% des ventes, bénéficiant de la poursuite des efforts d'optimisation des différents postes ainsi que d'une hausse des mobilisations de créances clients.

Le ratio d'endettement du Groupe s'est établi au 31 décembre 2018 de 68% (97% à fin 2017) et le ratio dette nette / EBITDA ajusté de 1,9 contre 2,4 au 31 décembre 2017.

## PERSPECTIVES 2019

Dans un environnement compliqué, le Groupe SEB a terminé l'exercice 2018 sur de bonnes performances.

L'année 2019 s'est ouverte dans un contexte macro-économique qui reste incertain. Plus spécifiquement, le Groupe anticipe des effets devises et matières premières toujours pénalisants, mais d'une moindre ampleur qu'en 2018.

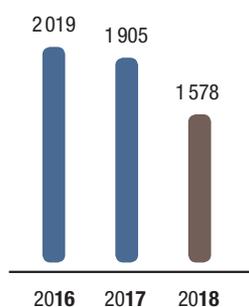
Dans ces conditions, le Groupe SEB se fixe comme objectif 2019 de réaliser une nouvelle croissance organique de ses ventes et une progression de son Résultat Opérationnel d'Activité.

Pour l'activité Grand public, cette croissance organique devrait être plus équilibrée entre l'Europe – en particulier la France –, l'Eurasie et la Chine, qui devraient rester sur un momentum favorable. Dans la zone Amérique, notre priorité pour les États-Unis sera le maintien d'une bonne rentabilité, dans un marché encore difficile. Au Brésil, nous capitaliserons sur notre compétitivité retrouvée à Itatiaia en Petit Électroménager. Dans le Café professionnel, le Groupe devrait poursuivre sa croissance et bénéficier aux États-Unis des premiers effets de l'intégration de Wilbur Curtis.

2019 sera également marquée par des investissements soutenus dans notre outil industriel. En Chine, le Groupe a engagé l'agrandissement du site de Shaoxing pour accueillir notamment la production d'équipements fixes de cuisine (hottes aspirantes, plaques de cuisson) et celui de Yuhuan pour des articles culinaires. En Suisse, à Zuchwill, l'usine sera reconfigurée pour optimiser la prise en charge des importants contrats de machines à café professionnelles Schaerer tandis qu'en France, en soin du linge, le site de Pont-Evêque bénéficiera d'investissements pour accueillir des lignes de plasturgie.

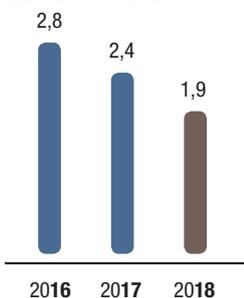
### ÉVOLUTION DE L'ENDETTEMENT NET AU 31/12

EN M€

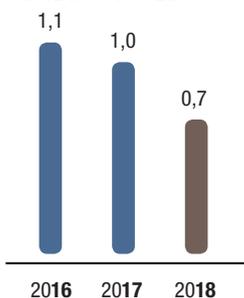


### RATIOS D'ENDETTEMENT AU 31/12

DETTE NETTE /  
EBITDA AJUSTÉ



DETTE NETTE /  
FONDS PROPRES



## 2018 EN FAITS

### NOMINATION D'UN NOUVEAU DIRECTEUR GÉNÉRAL DÉLÉGUÉ



Le Groupe SEB a nommé Stanislas de Gramont au poste de Directeur Général Délégué. Rattaché au Président-Directeur Général, Thierry de La Tour d'Artaise, il a rejoint le Groupe le 3 décembre 2018 et assure notamment la direction des fonctions

commerciales et marketing du Groupe au niveau mondial. Stanislas de Gramont a réalisé l'essentiel de sa carrière chez Danone où il a exercé différentes fonctions de Direction Générale. Il était depuis 4 ans CEO de Suntory Beverage & Food Europe.

## DIVIDENDE

Le Conseil d'Administration, dans sa séance du 26 février 2019, a proposé de distribuer, au titre de l'exercice 2018, un dividende de 2,14 € par action, en croissance de 7,0%. Celle-ci reflète à la fois les bonnes performances de 2018 et la confiance du Conseil dans la poursuite des avancées du Groupe en 2019. Pour les actionnaires détenteurs d'actions inscrites au nominatif depuis plus de 2 ans, le dividende sera majoré d'une prime de fidélité de 10%, portant le dividende à 2,35 € par action (détentions inférieures à 0,5% du capital). La date de détachement du coupon de l'action est fixée au 27 mai 2019 et celle du paiement du dividende au 29 mai 2019.

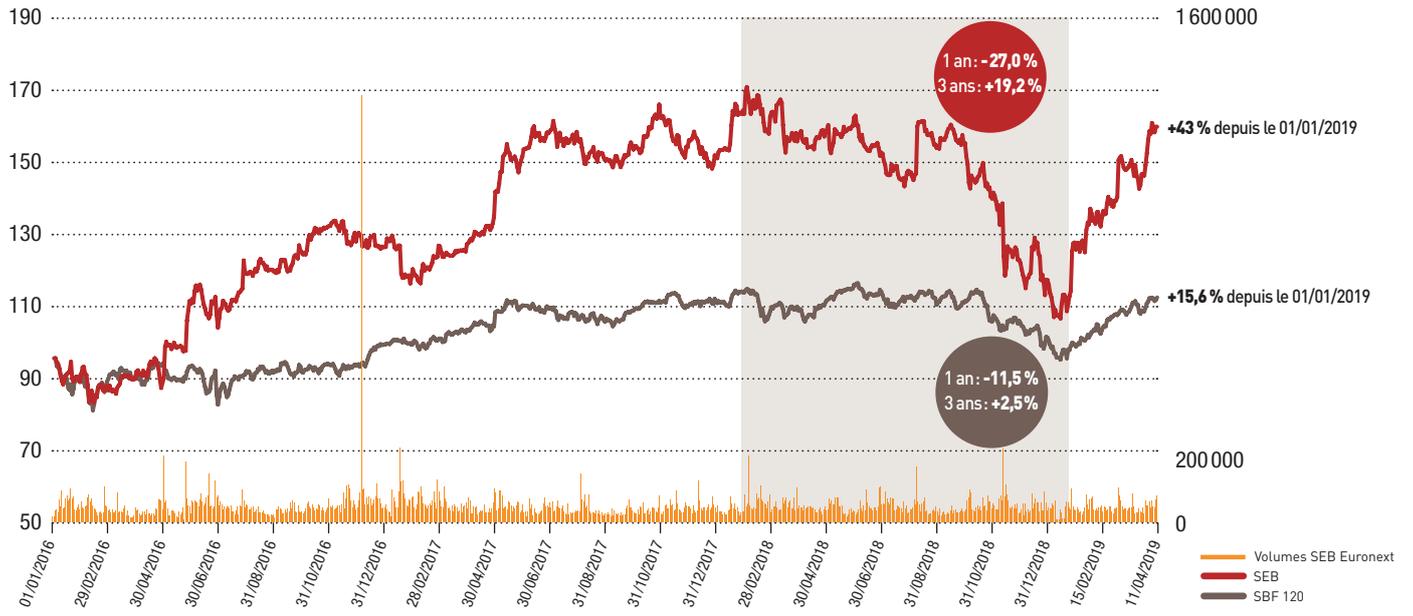
### ÉVOLUTION DU DIVIDENDE SUR 5 ANS

EN €



# en bourse

## ÉVOLUTION DU COURS DE L'ACTION DEPUIS LE 01/01/2016



### INVESTOR DAYS CHEZ SUPOR EN CHINE

En 2018, la Direction de la Communication Financière et des Relations Investisseurs a organisé les Investor Days du Groupe en Chine chez Supor. Une vingtaine d'analystes financiers et investisseurs – français et chinois – ont pu notamment dialoguer avec le management de Supor, visiter deux de nos sites industriels – Shaoxing et Yuhuan – ainsi que le siège d'Alibaba, un de nos grands partenaires du e-commerce, et réaliser des *store-checks* afin d'avoir une meilleure compréhension du marché chinois du Petit Équipement Domestique et de la dynamique propre de Supor sur ce marché immense et multiple.



### PERFORMANCE 2018

Cours de clôture au 31/12/2018	112,80 €
Capitalisation boursière au 31/12/2018	5 659 M€
+ haut (en séance)	175,90 €
+ bas (en séance)	105,60 €
Moyenne de l'année (cours de clôture)	149,66 €
Moyenne des 30 derniers cours de l'année 2018	116,91 €
Moyenne des transactions journalières en actions	56 108

### Nous contacter

**Actionnaires individuels**  
Service Actionnaires +33 (0)4 72 18 16 01 - [actionnaires@groupeseb.com](mailto:actionnaires@groupeseb.com)

**Actionnaires nominatifs**  
Pour toute demande relative à votre compte nominatif pur, contactez :  
BP2S – Corporate Trust Services - Service Titres SEB  
Grands Moulins de Pantin - 9, rue du Débarcadère - 93761 Pantin Cedex - France  
+33 (0)1 57 43 90 00 - formulaire de contact disponible sur le site  
<https://planetshares.bnpparibas.com/login>

**Investisseurs et Analystes**  
Direction de la Communication Financière et des Relations Investisseurs  
+ 33 (0)4 72 18 16 40 - [comfin@groupeseb.com](mailto:comfin@groupeseb.com)  
Campus SEB - 112 chemin du Moulin Carron  
69130 Ecully - FRANCE

### AGENDA

25/04/2019 - après Bourse	Ventes et informations financières T1 2019
22/05/2019 - à 14h30	Assemblée Générale 2019
24/07/2019 - avant Bourse	Ventes et Résultats S1 2019
11/09/2019	Réunion d'actionnaires Nantes
11/10/2019	Réunion d'actionnaires Grenoble
29/10/2019 - après Bourse	Ventes et informations financières 9 mois 2019
17/12/2019	Réunion d'actionnaires Nancy

### FICHE SIGNALÉTIQUE

Société anonyme au capital de 50 169 049 €
Divisé en 50 169 049 actions de 1€ de nominal
Cotation : Euronext Paris, Compartiment A
Code ISIN : FR0000121709
Reuters : SEBF.PA
Bloomberg : SK.FP

