

25 juillet 2018

Ventes et résultats du 1^{er} semestre 2018

Poursuite d'une bonne dynamique Objectif de ventes revu à la hausse

1

- **Ventes : 3 025 M€, + 2,9 % et + 7,4 % à tcpc***
- **Résultat Opérationnel d'Activité**
 - 208 M€, - 2,8 %
 - 224 M€ à tcpc*, - 2,9 % avant impacts non récurrents 2017 du PPA**
- **Résultat net : 91 M€, + 9,5 %**
- **Dette financière nette : 2 015 M€.**
- **Génération de trésorerie d'exploitation : 62 M€**

* tcpc : taux de change et périmètre constants

** Purchase Price Allocation (allocation du prix d'acquisition) de WMF : réévaluation des stocks, carnet de commandes

Déclaration de T. de La Tour d'Artaise, Président-Directeur Général du Groupe SEB :

« Le Groupe SEB a réalisé un 1^{er} semestre de bonne qualité, sur un historique élevé. Sur ces 6 premiers mois, notre croissance organique est restée dynamique, le Résultat Opérationnel d'Activité a très bien résisté dans un environnement matières et devises plus tendu qu'anticipé et le Résultat net est en progression de près de 10 %.

L'activité Grand Public a été très tonique, tirée par la Chine et la zone EMEA. Le développement rapide de l'activité Professionnelle se confirme grâce au gain d'importants contrats.

Les mois qui viennent devraient voir la poursuite de la dynamique de croissance du Groupe. Les perspectives sont porteuses dans nombre de nos grands marchés et nous avons mis en œuvre des plans d'action vigoureux pour en tirer le meilleur parti, à travers l'accroissement des moyens marketing et la constitution de stocks. Dans ces circonstances, le Groupe revoit à la hausse son objectif de croissance organique des ventes pour 2018, qui devrait excéder 7 %. En outre, sur la base du niveau actuel des parités monétaires, plus défavorable qu'anticipé, il confirme son objectif de progression du Résultat Opérationnel d'Activité de plus de 5 % sur le ROPA 2017 avant impacts non récurrents de l'allocation du prix d'acquisition de WMF. Enfin, il confirme la poursuite de son désendettement pour ramener le ratio dette nette / EBITDA ajusté en-dessous de 2 à fin 2018. »

Résultats consolidés (en M€)	1 ^{er} semestre 2017	1 ^{er} semestre 2018	Variations 2018/2017 Parités courantes	Variations 2018/2017 à tcpc
Ventes	2 941	3 025	+ 2,9 %	+ 7,4 %
Résultat Opérationnel d'Activité	213	208	- 2,8 %	
ROPA à tcpc avant PPA WMF non récurrents	230	208	n.a .	- 2,9 %
Résultat d'exploitation	178	186	+ 4,2 %	
Résultat net part du Groupe	83	91	+ 9,5 %	
Dette financière nette	1 905 au 31/12/2017	2 015 au 30/06/2018	+ 110 M€	

Chiffres arrondis en M€

% calculés sur chiffres non arrondis

COMMENTAIRES GÉNÉRAUX SUR LES PERFORMANCES DU GROUPE

Le Groupe a évolué au 1^{er} semestre 2018 dans un environnement plus difficile qu'en 2017. Le marché du Petit Equipement Domestique est resté globalement bien orienté au plan mondial, quoique ponctuellement perturbé par des effets de report sur les produits bruns (télévisions) de la Coupe du monde de football.

A 3 025 M€, le chiffre d'affaires du 1^{er} semestre est en progression de 2,9 %, incluant notamment une **croissance organique de 7,4 % (7,3 % au 2^e trimestre) et un effet devises de - 4,7 % (- 3,8 % au 2^e trimestre vs -5,6 % au 1^{er})**. On rappellera pour mémoire les niveaux de croissance organique des 1^{er} semestres 2016 et 2017, qui constituent une base de comparaison exigeante : + 6,0 % et + 10,1 %.

Cette croissance organique peut être décomposée de la façon suivante :

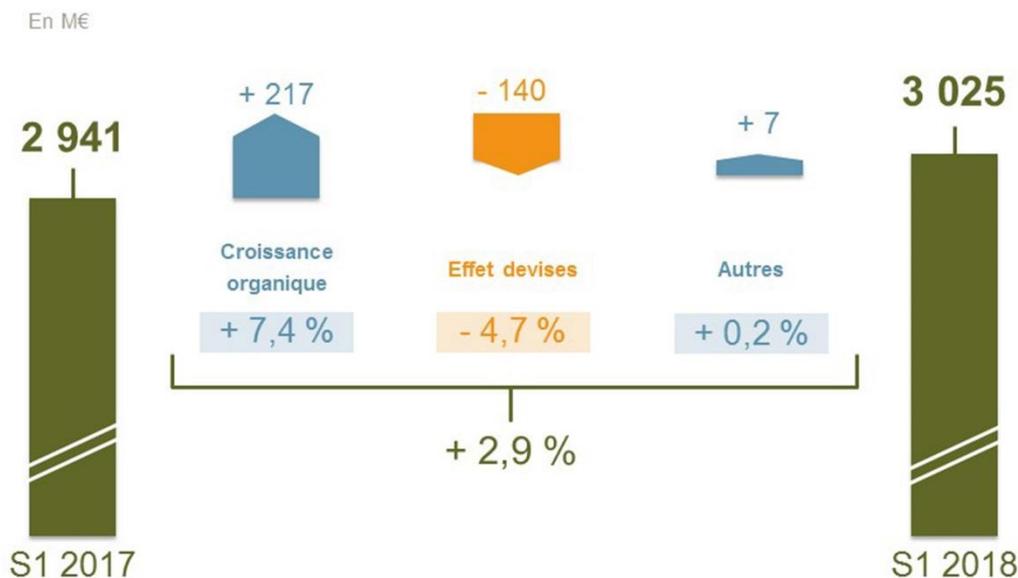
- **Activité Grand Public, y compris WMF : + 7,9 %**
- **Activité Professionnelle (machines à café et équipement hôtelier WMF) : + 2,4 %**, intégrant encore peu d'effets, au 2^e trimestre, des nouveaux contrats signés en début d'année. La montée en puissance de ces contrats se concrétisera de façon plus marquée à partir du 3^e trimestre.

Les principaux moteurs géographiques de la croissance organique sont la Chine, dont la dynamique s'est encore accélérée au 2^e trimestre, la Russie, la Turquie, l'Europe Centrale, qui toutes, confirment leur très bon momentum, ou encore le Portugal. La situation est en revanche plus difficile dans les Amériques, aux Etats-Unis, au Canada et au Brésil, notamment. **La quasi-totalité des lignes de produits** a contribué à la progression du chiffre d'affaires, avec une mention spéciale pour les catégories suivantes : l'entretien de la maison (aspirateurs), la cuisson électrique (cuiseurs à riz, autocuiseurs électriques, Optigrill...), la préparation des boissons (cafetières expresso automatiques...) et le confort domestique (ventilateurs).

Le Résultat Opérationnel d'Activité (ROPA) du 1^{er} semestre s'élève à 208 M€, incluant - 16 M€ d'effet devises. Il se compare à un ROPA du 1^{er} semestre 2017 de 213 M€, après impacts non récurrents de l'allocation du prix d'acquisition de WMF de 17 M€. A tcpc*, le ROPA s'établit à 224 M€ sur la période (contre 230 M€ en 2017, avant impacts des PPA WMF de -17 M€), en repli de 2,9 %.

La dette financière nette au 30 juin 2018 est de 2 015 M€, en augmentation de 110 M€ par rapport à fin 2017.

DETAIL DE L'EVOLUTION DES VENTES ENTRE LES 1^{ERS} SEMESTRES 2017 ET 2018



DETAIL DE L'ACTIVITE PAR ZONE GEOGRAPHIQUE

	Ventes en M€	1 ^{er} semestre 2017	1 ^{er} semestre 2018	Variation 2018/2017	
				Parités courantes	tpc*
EMEA	EMEA	1 316	1 337	+ 1,7 %	+ 4,2 %
	Europe occidentale	988	997	+ 0,9 %	+ 1,3 %
	Autres pays	328	340	+ 4,1 %	+ 12,9 %
AMERIQUES	AMERIQUES	407	338	- 17,0 %	- 7,5 %
	Amérique du Nord	249	204	- 17,9 %	- 11,5 %
	Amérique du Sud	158	134	- 15,5 %	- 0,7 %
ASIE	ASIE	925	1 060	+ 14,4 %	+ 20,0 %
	Chine	680	825	+ 21,4 %	+ 26,6 %
	Autres pays	245	235	- 4,8 %	+ 1,5 %
	TOTAL Grand Public	2 648	2 735	+ 3,3 %	+ 7,9 %
	Professionnel	293	290	- 1,1 %	+ 2,4 %
	GROUPE SEB	2 941	3 025	+ 2,9 %	+ 7,4 %

*tpec : taux de change et périmètre constants

Chiffres arrondis en M€

% calculés sur chiffres non arrondis

	Ventes en M€	2 ^e trimestre 2017	2 ^e trimestre 2018	Variation 2018/2017	
				Parités courantes	tpc*
	EMEA	657	652	- 0,6 %	+ 2,1 %
	Europe occidentale	494	494	+ 0,1%	+ 0,4 %
	Autres pays	163	158	- 2,7 %	+ 7,4 %
	AMERIQUES	203	177	- 12,9 %	- 3,9 %
	Amérique du Nord	123	112	- 9,0 %	- 2,7 %
	Amérique du Sud	80	65	- 18,8 %	- 5,6 %
	ASIE	406	481	+ 18,4 %	+ 20,9 %
	Chine	277	357	+ 28,9 %	+ 30,4 %
	Autres pays	129	124	- 4,0 %	+ 0,6 %
	TOTAL Grand Public	1 266	1 310	+ 3,5 %	+ 7,2 %
	Professionnel	148	156	+ 4,9 %	+ 8,5 %
	GROUPE SEB	1 414	1 466	+ 3,7 %	+ 7,3 %

*tpc : taux de change et périmètre constants

Chiffres arrondis en M€

% calculés sur chiffres non arrondis

VENTES PAR ZONE GEOGRAPHIQUE

EMEA

EUROPE OCCIDENTALE

Dans un marché positif mais contrasté selon les pays, le Groupe termine le 1^{er} semestre sur des ventes en progression de 1,3 % à tpc. La performance de la zone a été atténuée par l'activité Grand Public de WMF, consolidée depuis le 1^{er} janvier dans les filiales du Groupe SEB, et en baisse sur la période. En Allemagne, pays de référence de WMF en Europe, le chiffre d'affaires semestriel est en repli de 3,5 %, pénalisé par un marché des articles culinaires en retrait conjoncturel, ainsi que par la dégradation des ventes à certains canaux de distribution. L'activité a cependant continué à se développer rapidement en ligne (+20 %) et le Groupe met en oeuvre, en parallèle, la rationalisation et l'optimisation du réseau de magasins WMF.

Hors WMF, l'activité du Groupe à fin juin s'améliore de 2,8 % sur un historique élevé (incluant des programmes de fidélisation non répétés en 2018), portée en particulier, comme au 1^{er} trimestre, par la cuisson électrique et les aspirateurs. S'y ajoutent les ventilateurs, dont les ventes ont bénéficié d'une météorologie favorable au printemps. Sur le semestre, le Groupe confirme le renforcement de ses positions dans la majorité des pays européens. Les évolutions des ventes par grand pays sont décrites ci-dessous.

En France, après un début d'année positif, les ventes du 2^e trimestre sont en légère baisse, conduisant à une stabilité du chiffre d'affaires sur le semestre. Celle-ci doit être mise en perspective d'un marché moins porteur et d'un effet de base 2017 défavorable lié notamment à des programmes de fidélisation. Cet historique élevé concerne le petit électroménager, pénalisant les ventes de la période, malgré de belles performances de Cookeo, de la préparation des aliments (Cuisine Companion et blenders), de BeerTender (effet Coupe du monde de football), des aspirateurs (versatiles, Clean&Steam, robots - nouvellement lancés - ...) ou encore de Dolce Gusto. L'activité a été plus difficile en repassage et en soin de la personne. En articles culinaires, les ventes sont a contrario en nette progression.

Dans les autres pays d'Europe Occidentale, l'activité courante, hors programmes de fidélisation de 2017, est restée sur un rythme de croissance soutenu, souvent dynamisé par l'essor des ventes en ligne. En Allemagne, la vigueur de l'activité s'est confirmée, s'appuyant sur nos piliers : les machines expresso automatiques, la cuisson électrique (Optigrill et Actifry, notamment), les aspirateurs. L'Espagne constitue également un moteur fort pour le Groupe : dans un marché positif, l'activité courante progresse de façon solide sur la grande majorité des catégories de produits, avec en particulier un lancement réussi des aspirateurs robots. Dans le même temps, l'intégration de WMF au sein de Groupe SEB Iberica est un vrai succès, se traduisant déjà par une nette accélération des ventes WMF. En Italie, le chiffre d'affaires est en belle progression avec le repassage, la cuisson électrique (Cookeo et Optigrill) et les ventilateurs comme principaux contributeurs. Au Royaume-Uni, dans un contexte de marché morose, un 2^e trimestre en léger retrait à tpc, après un début d'année positif, se traduit par un léger repli des ventes à fin juin. Enfin, on soulignera une excellente dynamique des ventes en Scandinavie depuis le début de l'année.

AUTRES PAYS EMEA

6

Dans les autres pays d'EMEA, après un début d'année particulièrement vigoureux, la progression des ventes du semestre à parités courantes est de 4 %, avec une croissance organique de 13 %. L'effet parités fortement négatif lié aux dépréciations significatives de certaines devises (livre turque, rouble, etc.) a conduit le Groupe à initier, dans les pays concernés, des hausses de prix compensatoires. L'activité est restée très tonique dans les grands pays de la zone, avec de nouveaux renforcements des positions du Groupe. C'est le cas notamment en Europe Centrale et de l'Est, ainsi qu'en Ukraine, où nous avons réalisé d'excellentes performances en poursuivant activement le déploiement de nos produits phares et de nos innovations. Dans cette optique, nous avons intensifié nos investissements afin d'optimiser l'exécution dans les points de vente, avec des avancées remarquables en Pologne.

En Russie, dans un contexte de reconfiguration de la distribution, la croissance à 2 chiffres s'est poursuivie malgré la non récurrence de programmes de fidélisation de 2017. Elle se fonde sur un large éventail de produits (articles culinaires, multicuiseurs, grills, machines expresso automatiques, aspirateurs...), avec d'importants gains de parts de marché à la clé.

En Turquie, en dépit des enjeux monétaires et d'un environnement incertain, en particulier avant les élections, le Groupe a continué à surperformer largement le marché sur la base de multiples vecteurs : vigueur des catégories phares - articles culinaires, préparateurs, aspirateurs, fers...- alimentée par un appétit fort pour les innovations ; poursuite du développement rapide des produits fabriqués localement ou dans notre usine égyptienne ; extension continue de la distribution, très bonnes performances de nos 150 magasins en propre... Par ailleurs, un travail considérable a été engagé pour réorganiser l'activité de WMF et assurer sa croissance. Au Moyen-Orient et en Inde, l'activité est restée difficile mais elle a été ferme en Egypte.

AMERIQUES

AMERIQUE DU NORD

La baisse du chiffre d'affaires du semestre, de 11,5 % à périmètre et taux de change constants (-18 % à parités courantes), est à remettre dans son contexte :

- Un 1^{er} trimestre marqué par un recul de 20% des ventes du fait d'un historique 2017 élevé (lancement d'une nouvelle gamme d'électrique culinaire Krups aux Etats-Unis) ;
- Une activité plus équilibrée au 2^e trimestre, liée en particulier à une amélioration de l'activité et un effet de base plus favorable aux Etats-Unis ;
- Un environnement de marché très perturbé aux Etats-Unis et au Canada par la mutation profonde de la distribution classique, fortement impactée par l'essor du e-commerce, avec en corollaire des programmes de réduction des stocks, des difficultés financières, des fermetures de magasins, voire des faillites.



Pour autant, après un début d'année en fort retrait, le Groupe a pratiquement stabilisé ses ventes aux Etats-Unis au 2^e trimestre, grâce notamment au bon accueil des nouvelles gammes d'articles culinaires T-Fal et à une reprise forte en repassage, sous l'effet de lancements de nouveaux modèles de fers et de défroisseurs. L'accélération des ventes en ligne s'est poursuivie, compensant presque les baisses de chiffre d'affaires enregistrées dans certaines enseignes « physiques ».

Au Canada, les conditions de marché restent tendues. Malgré une atténuation sensible de la baisse au 2^e trimestre, les ventes semestrielles se sont tassées, l'évolution positive en articles culinaires n'ayant pas permis de contrebalancer le recul en petit électroménager. Au Mexique, hors programme de fidélisation, l'activité courante a été très bien orientée, portée notamment par une belle performance, tous circuits de distribution confondus, en articles culinaires et en soin du linge, par le succès confirmé de nos blenders ainsi que par les premiers résultats très prometteurs de nos lancements de ventilateurs.

AMERIQUE DU SUD

A fin juin, l'évolution de nos ventes en Amérique du Sud reflète à la fois la poursuite de la dépréciation de nos principales devises de fonctionnement sur le continent (real, pesos colombien et argentin) et un 2^e trimestre difficile au Brésil et en Argentine.

Au Brésil, l'environnement général est resté compliqué, avec des conséquences sur la consommation, volatile, et sur la situation financière de certains distributeurs. La grève des transporteurs routiers au mois de mai a fortement pénalisé l'industrie et ralenti l'économie au 2^e trimestre. Notre activité en a été directement affectée, avec notamment un arrêt de la production dans nos 2 sites de Recife et d'Itatiaia pendant près d'une semaine, et l'interruption des livraisons. Le plan de rattrapage et les augmentations de cadence mis en place en juin ont conduit à de très bonnes performances sur le mois sans toutefois permettre de compenser le retard pris en mai. Le 2^e trimestre s'est donc terminé sur une baisse de l'ordre de 10 % du chiffre d'affaires en real.

Pour autant, sur le semestre, l'activité est quasiment stable en petit électroménager grâce, essentiellement, à une belle dynamique en ventilateurs, nourrie par le très bon accueil des nouveaux modèles silencieux et compacts. Sur ce segment, le Groupe a au demeurant renforcé ses positions et confirmé son leadership. En articles culinaires, les ventes restent en revanche en baisse marquée, impactées à la fois par la transition industrielle sur le site d'Itatiaia et par l'effet très perturbateur de la grève. Le second semestre permettra une normalisation progressive de la situation et la génération des premiers gains tangibles de productivité.

En Colombie, où le Groupe s'appuie sur un solide leadership, la bonne dynamique du 1^{er} trimestre s'est poursuivie, alimentée par 2 catégories de produits : les ventilateurs, dont l'activité, contrairement à 2017, a bénéficié d'une météorologie favorable ; et les blenders, dont la croissance excède 20 %, avec comme fer de lance la gamme Powermix. La quasi-totalité de nos grands clients, ainsi que nos magasins Home&Cook, ont contribué à ce solide développement. En ce qui concerne les articles culinaires, le repli du chiffre d'affaires doit être mis en perspective d'une forte amélioration de la qualité des ventes et de la rentabilité. En Argentine, dans un contexte de baisse de la demande, l'activité s'est fortement ralentie au 2^e trimestre.

ASIE

8

CHINE

Le 2^e trimestre a confirmé la vigueur de l'activité de Supor en Chine, avec une accélération de la croissance organique des ventes, qui s'est établie pour la période à 30 %, toujours largement alimentée par le e-commerce. Cette excellente performance, dans un marché concurrentiel et promotionnel, reste nourrie par le cœur de métier de Supor, les articles culinaires et le petit électroménager de cuisine, auxquels s'ajoute l'essor des nouvelles catégories : les ustensiles de cuisine, le soin de la maison et du linge, et une offre ciblée de gros appareils (hottes d'aspiration et gazinières). Dans tous les cas, l'innovation irrigue la dynamique produits et constitue un moteur majeur et transversal de la croissance de Supor.

Dans le marché des articles culinaires, Supor, avec une croissance de plus de 15 %, continue de surperformer face à la concurrence, en s'appuyant sur ses produits phares - les autocuiseurs, les casseroles, les *steamers*, les woks... - et en poursuivant son développement rapide dans les ustensiles et accessoires de cuisine, portés en particulier par les bouteilles et mugs isothermes, avec une mention spéciale pour les nouvelles gammes (kids, young et verre).

En petit électroménager, toutes les catégories emblématiques de Supor contribuent à la progression des ventes, de 30 % sur le semestre. On citera notamment les plaques à induction mobiles, les blenders à grande vitesse, les cuiseurs à riz, les autocuiseurs électriques ou encore les bouilloires, dont la croissance est à mettre au compte de la montée en puissance concrète des produits lancés fin 2017, avec des caractéristiques technologiques, des fonctionnalités ou un design différenciants. Par ailleurs, Supor accélère ses avancées et double ses ventes en soin du linge et de la maison en enrichissant notamment son offre produits avec de nouveaux modèles de défroisseurs, aux fonctionnalités encore améliorées, ou les aspirateurs versatiles Air Force 360 et 460, qui rencontrent un vif succès.

Parallèlement, l'activité de WMF en Chine s'est inscrite sur le 1^{er} semestre en baisse du fait de la réorganisation commerciale en cours.

AUTRES PAYS D'ASIE

A l'instar du 1^{er} trimestre, le chiffre d'affaires du Groupe en Asie hors Chine est en retrait à parités courantes, du fait des dépréciations du yen et du won, notamment, face à l'euro, mais il est en légère croissance à parités et structure constantes.

Au Japon, la croissance modérée s'est sensiblement accélérée entre avril et juin, sous l'effet, principalement, d'une solide dynamique en articles culinaires (gamme Ingenio, à poignée amovible) ainsi qu'en soin du linge, porté par le fer sans fil compact Freemove mini et par les nouveaux modèles de défroisseurs. L'activité du 2^e trimestre a également été bien orientée en bouilloires. En Corée, nos ventes hors WMF sont en net redressement après un début d'année mitigé, tirées par les articles culinaires, les aspirateurs, les défroisseurs et une belle opération B2B en cuiseurs à riz. Du côté WMF, si la revente au consommateur (sell-out) est très satisfaisante, nos ventes à la distribution (sell-in) ont marqué le pas au 2^e trimestre du fait des stocks existants et de changements d'organisation. En Australie, l'activité s'est ralentie, dans un environnement de distribution tendu.



GROUPE
SEB

Mieux Vivre

Communiqué de presse ●

Dans les autres pays du Sud-Est asiatique, le chiffre d'affaires semestriel est en légère progression à taux de change et périmètre constants, avec des contrastes marqués selon les pays : croissance vigoureuse en Thaïlande, fondée sur plusieurs piliers forts (générateurs vapeur, blenders, Dolce Gusto) et sur l'extension continue de la distribution, ainsi qu'au Vietnam, où le Groupe poursuit son développement rapide sous marque Tefal, notamment en repassage, cuiseurs à riz, blenders, bouilloires et articles culinaires ; tendance favorable à Singapour, plus modérée en Malaisie - après un début d'année très tonique - et ventes en retrait à Taiwan, avec en particulier l'impact significatif de la non récurrence d'un programme de fidélisation WMF à hauteur de 6 M€.

9

WMF
PROFESSIONNEL

L'activité Professionnelle (Machines à café et Equipement hôtelier) a réalisé sur le 1^{er} semestre un chiffre d'affaires de 290 M€, en croissance de + 2,4 % à taux de change et périmètre constants, après une belle amélioration au 2^e trimestre. Les performances sur les 3 premiers mois avaient été affectées par l'historique 2017 très élevé en Café, lié à deux importants contrats au Canada et au Japon, dont les livraisons s'étaient échelonnées sur les 9 premiers mois de 2017. En parallèle, l'activité courante - hors ces opérations spécifiques - était restée très bien orientée, tant en Allemagne qu'à l'international (Europe Centrale, Scandinavie, Chine...).

La signature récente de nouveaux contrats d'envergure marque la poursuite de la stratégie de conquête mise en œuvre par WMF en Café Professionnel et augure bien des mois à venir. Le démarrage des livraisons a au demeurant déjà apporté une impulsion notable au 2^e trimestre, qui s'intensifiera à partir de l'été. Ces contrats sont sensiblement plus importants que ceux de 2016-17. Ils ont été signés avec deux clients aux Etats-Unis - dont RaceTrac, une entreprise opérant des stations-service et des magasins de proximité - et un en Chine, avec Luckin Coffee, la deuxième grande chaîne locale de *coffee shops*, en pleine expansion.

En équipement hôtelier, dont l'activité est fortement liée à des contrats spécifiques, le chiffre d'affaires du 1^{er} semestre est en légère progression.

RESULTAT OPERATIONNEL D'ACTIVITE

Le Résultat Opérationnel d'Activité (ROPA) du 1^{er} semestre 2018 s'élève à 208 M€. A taux de change et périmètre constants, le ROPA du 1^{er} semestre 2017 s'établit à 224 M€, contre 230 M€ à fin juin 2017, avant impacts non récurrents de l'allocation du prix d'acquisition de WMF, en repli de 2,9 %. Par ailleurs, l'effet devises sur le semestre est de - 16 M€, équivalent à celui des 6 premiers mois de 2017.

La baisse organique du Résultat Opérationnel d'Activité doit être mise en perspective d'un historique 2017 exceptionnellement élevé, à la fois sur l'ancien périmètre du Groupe (croissance organique de 34 % au 1^{er} semestre 2017) et sur WMF, dont les performances avaient été amplifiées par les deux importants contrats susmentionnés en Café Professionnel. La variation peut être détaillée comme suit :

- Un effet volume positif de 39 M€ lié à la croissance organique des ventes ;
- Un effet mix-prix positif de 14 M€, principalement tiré par le mix, l'effet prix embarqué de 2017 étant limité et les dernières hausses tarifaires mises en place au 1^{er} semestre n'ayant à ce stade qu'une contribution modeste ;
- Des coûts d'achat en augmentation sensible (27 M€), comme anticipé, du fait de la hausse des cours des matières premières, mais bien compensés par des gains de productivité, pour 18 M€ ;
- Un accroissement de 26 M€ des investissements en moyens moteurs (innovation, publicité et marketing opérationnel), avec, comme en 2017, des activations fortes dans certains grands marchés (Chine, Russie, Turquie, Colombie, Etats-Unis, France,...) ;
- Une augmentation des frais commerciaux et administratifs, de 20 M€.

On soulignera que les surinvestissements commerciaux et en moyens moteurs concernent l'ensemble du Groupe et incluent bien entendu WMF, tant en Grand Public qu'en Café Professionnel, dont, respectivement, le déploiement international et l'accélération de la croissance requièrent des engagements en ressources, humaines et financières.

Pour mémoire, du fait du caractère saisonnier de l'activité du Groupe, le Résultat Opérationnel d'Activité du 1^{er} semestre n'est pas représentatif de l'ensemble de l'exercice et ne saurait donc être extrapolé.



RESULTAT D'EXPLOITATION ET RESULTAT NET

Le Résultat d'Exploitation à fin juin s'établit à 186 M€, contre 178 M€ au 30 juin 2017. Il intègre une charge anticipée d'Intéressement et de Participation de 10 M€, quasiment stable par rapport au 1^{er} semestre 2017 (11 M€). Les autres produits et charges, à - 12 M€, contre - 24 M€ à fin juin 2017, comprennent essentiellement les derniers coûts liés à la réorganisation de nos opérations au Brésil (achèvement de la transition industrielle, notamment), la dépréciation de la valeur résiduelle du site de Saint Jean de Bournay (transfert des activités de plasturgie sur le site de Pont-Evêque), divers frais de réorganisation commerciale ainsi que des charges d'intégration de WMF.

Le Résultat financier s'établit à - 36 M€, contre - 44 M€ au 30 juin 2017. Au-delà d'une amélioration des charges d'intérêt, son évolution reflète principalement la diminution de la juste valeur de la partie optionnelle de l'ORNAE émise en novembre 2016.

Le Résultat net s'élève à 91 M€, en progression de 9,5 % sur les 83 M€ réalisés au 1^{er} semestre 2017. Il s'entend après impôt à un taux de 24 % (23,5 % au 1^{er} semestre 2017) et élimination de la part des minoritaires (Supor) dans les résultats pour un montant de 23 M€.

STRUCTURE FINANCIERE AU 30 JUIN 2018

Au 30 juin 2018, les capitaux propres du Groupe s'élèvent à 1 984 M€, en hausse de 19 M€ par rapport au 31 décembre 2017.

L'actif immobilisé s'élève à 3 540 M€, sans changement majeur par rapport à fin 2017.

La dette financière nette au 30 juin 2018 est de 2 015 M€, contre 1 905 M€ à fin décembre 2017. La génération de trésorerie d'exploitation est de 62 M€ sur les 6 premiers mois de l'année, contre 91 M€ au 1^{er} semestre 2017. Le retrait est à mettre au compte de la baisse de la capacité d'autofinancement – en ligne avec celle du résultat opérationnel – et à une augmentation du besoin en fonds de roulement (18,4 % des ventes contre 17,6 % au 30 juin 2017), du fait, principalement, d'un niveau plus élevé de stocks en prévision d'une croissance dynamique au 2nd semestre. Au-delà d'une progression sensible des dividendes versés (118 M€ vs 101 M€ en 2017), les éléments opérationnels tels que les investissements, les frais financiers et les impôts sont conformes à l'année passée et à la saisonnalité de l'activité.

Au 30 juin 2018, le ratio dette nette / fonds propres s'établit à 1,0 et le ratio dette / EBITDA ajusté estimé sur 12 mois glissants est de 2,6.



PERSPECTIVES 2018

Rappelons que, du fait du caractère saisonnier de l'activité, le 1er semestre n'est pas représentatif de l'ensemble de l'année. Toutefois, dans un contexte macro-économique mondial plus tendu, marqué notamment par un environnement devises et matières premières plus défavorable, le Groupe a réalisé sur les 6 premiers mois de l'année des performances de qualité, sur un historique exigeant.

Les mois qui viennent devraient voir la poursuite de la dynamique de croissance du Groupe. Les perspectives sont porteuses dans nombre de nos grands marchés et nous avons mis en œuvre des plans d'action vigoureux pour en tirer le meilleur parti, à travers l'accroissement des moyens marketing et la constitution de stocks.

Dans ces circonstances, le Groupe :

- revoit à la hausse son objectif de croissance organique des ventes pour 2018, qui devrait excéder 7 % ;
- sur la base du niveau actuel des parités monétaires, plus défavorable qu'anticipé, confirme son objectif de progression du Résultat Opérationnel d'Activité de plus de 5 % sur le ROPA 2017 avant impacts non récurrents de l'allocation du prix d'acquisition de WMF ;
- confirme la poursuite de son désendettement pour ramener le ratio dette nette / EBITDA ajusté en-dessous de 2 à fin 2018.

COMPTE DE RESULTAT CONSOLIDE

(en millions €)	30/06/2018 6 mois	30/06/2017 6 mois	31/12/2017 12 mois
Produits des activités ordinaires	3 025,0	2 941,2	6 484,6
Frais opérationnels	(2 817,5)	(2 727,8)	(5 824,0)
RÉSULTAT OPÉRATIONNEL D'ACTIVITÉ	207,5	213,4	660,6
Intéressement et participation	(10,0)	(10,7)	(37,6)
RÉSULTAT OPÉRATIONNEL COURANT	197,5	202,7	623,1
Autres produits et charges d'exploitation	(11,8)	(24,4)	(43,6)
RÉSULTAT D'EXPLOITATION	185,7	178,3	579,5
Coût de l'endettement financier	(15,6)	(17,2)	(34,9)
Autres produits et charges financiers	(20,4)	(27,4)	(36,7)
Résultat des entreprises associées			
RÉSULTAT AVANT IMPÔT	149,7	133,7	507,9
Impôt sur les résultats	(30,6)	(31,4)	(99,3)
RÉSULTAT NET	113,7	102,3	408,6
Part des minoritaires	(22,6)	(19,0)	(33,6)
RÉSULTAT NET REVENANT À SEB S.A.	91,1	83,3	375,0
RÉSULTAT NET REVENANT À SEB S.A. PAR ACTION <i>(en unités)</i>			
Résultat net de base par action	1,83	1,68	7,56
Résultat net dilué par action	1,82	1,66	7,50

BILAN CONSOLIDÉ

ACTIF (en millions €)	30/06/2018	30/06/2017*	31/12/2017
Goodwill	1 481,9	1 481,9	1 467,5
Autres immobilisations incorporelles	1 174,9	1 185,6	1 170,6
Immobilisations corporelles	804,8	814,4	820,5
Participations dans les entreprises associées			-
Autres participations	53,3	25,5	33,8
Autres actifs financiers non courants	23,3	15,5	15,4
Impôts différés	86,4	55,0	62,9
Autres actifs non courants	2,0	14,6	10,6
Instruments dérivés actifs non courants	11,9	5,5	3,4
ACTIFS NON COURANTS	3 638,5	3 598,0	3 584,7
Stocks et en-cours	1 215,3	1 120,1	1 112,1
Clients	780,8	752,3	1 015,8
Autres créances courantes	111,8	104,1	100,0
Impôt courant	56,0	53,1	73,5
Instruments dérivés actifs courants	41,9	32,0	45,6
Autres placements financiers	228,8	259,7	216,8
Trésorerie et équivalents de trésorerie	341,4	657,1	538,7
ACTIFS COURANTS	2 776,0	2 978,4	3 102,5
TOTAL ACTIF	6 414,5	6 576,4	6 687,2
PASSIF (en millions €)	30/06/2018	30/06/2017*	31/12/2017
Capital	50,2	50,2	50,2
Réserves consolidées	1 819,2	1 581,8	1 806,6
Actions propres	(73,8)	(56,2)	(67,3)
Capitaux propres Groupe	1 795,6	1 575,8	1 789,5
Intérêts minoritaires	188,1	162,9	174,8
CAPITAUX PROPRES DE L'ENSEMBLE CONSOLIDÉ	1 983,7	1 738,7	1 964,3
Impôts différés	220,1	199,3	216,7
Provisions non courantes	331,7	375,0	354,0
Dettes financières non courantes	2 062,4	2 071,1	2 067,3
Autres passifs non courants	47,9	47,9	47,3
Instruments dérivés passifs non courants	19,4	24,2	20,7
PASSIFS NON COURANTS	2 681,5	2 717,5	2 706,0
Provisions courantes	89,3	97,6	90
Fournisseurs	777,1	750,3	905,8
Autres passifs courants	317,9	304,1	351,7
Impôt exigible	37,5	45,2	51,7
Instruments dérivés passifs courants	19,4	30,7	39,5
Dettes financières courantes	508,1	892,3	578,2
PASSIFS COURANTS	1 749,3	2 120,2	2 016,9
TOTAL PASSIF	6 414,5	6 576,4	6 687,2

*Après finalisation des écritures d'allocation du prix d'acquisition de WMF

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).

Ce communiqué de presse 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 30 juin 2018 qui ont fait l'objet d'une revue limitée par les Commissaires aux comptes et arrêtés par le Conseil d'Administration de SEB SA en date du 24 juillet 2018.

Retrouvez le webcast et la présentation à 14h30
sur notre site internet : www.groupeseb.com ou [cliquez ici](#)

● **CALENDRIER 2018** ●

16

31 juillet

Rapport financier semestriel 2018

25 octobre, après Bourse

Ventes et infos financières 9 mois 2018

19 septembre

Réunion actionnaires Paris

3 décembre

Réunion actionnaires Lille

2 octobre

Réunion actionnaires Annecy



Investisseurs / Analystes

Groupe SEB
Direction de la Communication Financière
et des Relations Investisseurs
Isabelle Posth - Raphaël Hoffstetter
Campus SEB – 112 chemin du Moulin Carron
69130 Ecully

comfin@groupeseb.com

Tél. +33 (0) 4 72 18 16 40

Presse

Image Sept
Caroline Simon
Claire Doligez
Isabelle Dunoyer de Segonzac

caroline.simon@image7.fr

cdoligez@image7.fr

isegonzac@image7.fr

Tél. : +33 (0) 1 53 70 74 70

Et retrouvez-nous aussi sur www.groupeseb.com



Référence mondiale du Petit Equipement Domestique, le Groupe SEB déploie son activité dans près de 150 pays en s'appuyant sur un ensemble unique de marques de premier rang (Tefal, Rowenta, Moulinex, Krups, Lagostina, All-Clad, WMF, Supor...), commercialisées à travers une distribution multi format. Vendant quelque 300 millions de produits par an, il met en œuvre une stratégie de long terme fondée sur l'innovation, le développement international, la compétitivité et le service au client. Le Groupe SEB emploie près de 33 000 collaborateurs dans le monde.

SEB SA

SEB SA - N° RCS 300 349 636 RCS LYON – capital 50 169 049 € TVA intracommunautaire : FR 12300349636