

“ Madame, Monsieur,
Chers actionnaires,

Le Groupe SEB a de nouveau signé en 2017 une excellente année.

La croissance organique de nos ventes, à +9,2%, a été vigoureuse, le Résultat Opérationnel d'Activité a progressé de plus de 30% et nous terminons l'année avec un ratio dette nette / EBITDA ajusté de 2,4. Les performances de WMF sont en ligne avec nos attentes et se traduisent par un effet relatif sur le bénéfice net par action de 22%. Les objectifs ambitieux que nous nous étions fixés pour 2017 sont donc tenus et je remercie l'ensemble des collaborateurs du Groupe pour ces très beaux résultats.

Dans ce contexte, le Conseil d'Administration a décidé de proposer à l'Assemblée Générale du 16 mai prochain de distribuer, au titre de 2017, un dividende de 2,00 € par action, en hausse de 16,3%.

2017 a aussi été une année de transformation du Groupe avec l'intégration de WMF. Un travail considérable a déjà été réalisé pour mettre en place les organisations, harmoniser les processus, mutualiser certaines fonctions centrales et démarrer les synergies. Les projets de création de valeur ont été lancés, tant en Petit Équipement Domestique qu'en Café Professionnel.

Il reste bien sûr beaucoup de travail à accomplir et certains chantiers prendront du temps à délivrer leur plein potentiel. Mais nous sommes confiants dans notre capacité à tirer le meilleur parti de cette acquisition transformante.



Pour 2018, le Groupe SEB ambitionne de réaliser une nouvelle croissance organique de ses ventes, d'améliorer son Résultat Opérationnel d'Activité et de poursuivre son désendettement.

Thierry de La Tour d'Artaise

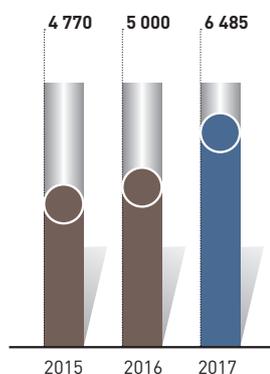
Thierry de La Tour d'Artaise
Président-Directeur Général

Les actualités du Groupe 2-3

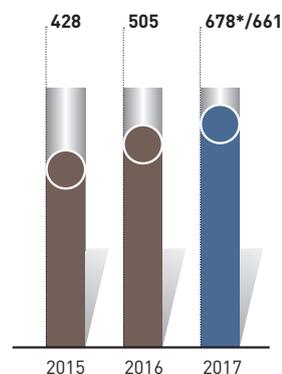


2017, une excellente année 4-7

ÉVOLUTION DES VENTES
EN M€

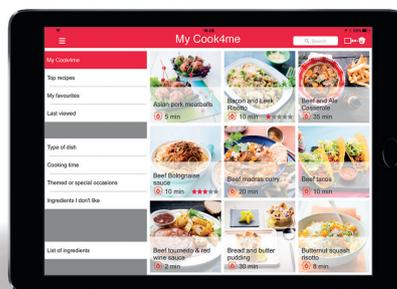


ÉVOLUTION DU RÉSULTAT
OPÉRATIONNEL D'ACTIVITÉ
EN M€



*avant PPA one offs : avant impacts non récurrents de l'allocation du prix d'acquisition de WMF

Parcours boursier 8



Des applications (re)pensées pour nos produits connectés

1^{re} application du Groupe SEB, téléchargée plus de 750 000 fois, utilisée en moyenne par 150 000 personnes par mois, Cookeo vient d'être améliorée pour faciliter la recherche et la réalisation de recettes du quotidien. Elaborée par l'équipe Cook'Eat, entièrement dédiée aux plateformes mobiles Food du Groupe, cette dernière apporte une expérience toujours plus riche et personnalisée aux utilisateurs, en prenant notamment en compte leurs retours. Prochainement, ce sera au tour des applications Companion, ActiFry et Smart&Tasty de dévoiler leurs nouvelles fonctionnalités.



Cuisine Companion, une capacité à géométrie variable

Fin 2017, le Companion XL et sa version connectée ont été lancés en France et en Espagne. Ces deux nouveaux modèles offrent une plus grande capacité, 20% plus importante que la précédente génération, et permettent ainsi aux utilisateurs de cuisiner des plats pour 10 personnes. En complément et à l'inverse, le Companion se fait petit grâce à un mini-bol chauffant pour faciliter la préparation des recettes pour bébé. Avec ces nouveaux bols, Moulinex propose désormais le robot cuiseur le plus versatile du marché.



1 million !

C'est le nombre d'aspirateurs produits dans l'usine de Vernon au cours de l'année 2017. Ce résultat record fait la fierté des collaborateurs du site et de l'ensemble des équipes Entretien des Sols. Il est la concrétisation d'une croissance vigoureuse continue, alimentée par des performances produits au meilleur niveau sur l'aspiration, la consommation d'énergie et le silence – ainsi que par de forts investissements en marketing. Parmi les produits champions, le **Silence Force Cyclonic**, dernier-né des aspirateurs sans sac haut de gamme !



100 ans de Calor

Dans le giron du Groupe SEB depuis 1972, la marque française Calor a fêté en 2017 ses 100 ans d'existence.

Experte en soin du linge et de la personne, elle accompagne chaque jour des milliers de consommateurs dans leur quotidien. Pour célébrer cet anniversaire, de nombreuses manifestations ont été organisées en France et en Belgique. Outre les campagnes médias et jeux concours, un évènement grand public était proposé au magasin parisien BHV Marais avec des ateliers beauté et *lifestyle*, ainsi qu'un défilé de mode, animés par des bloggeuses et l'animatrice de « The Voice » Karine Ferri. En parallèle, les salariés du Groupe se sont vu proposer des visites d'usine, une exposition et une démonstration de produits historiques.



Le Groupe SEB renforce son pôle industriel de Soin du Linge à Pont-Evêque

Dans le cadre de l'amélioration permanente de sa compétitivité, le Groupe a annoncé l'extension de l'actuel site de Pont-Evêque, spécialisé dans le soin du linge, par la construction d'un atelier de presses à injecter et de deux bâtiments de stockage. En effet, les nouvelles gammes de produits font appel à des processus d'injection plastique de plus en plus innovants que le site voisin de Saint-Jean-de-Bournay ne peut pas mettre en place. L'investissement sera de l'ordre de 15 M€. À l'horizon 2020, ce projet impliquera le transfert de l'activité et de l'ensemble des salariés du site de Saint-Jean-de-Bournay vers Pont-Evêque, avec maintien de l'emploi. Les nouveaux locaux, conçus dans un esprit d'ergonomie et de sécurité, amélioreront les conditions de travail des salariés et permettront d'optimiser les flux logistiques.



L'énergie solaire pour le Campus SEB

Le Groupe SEB a lancé un projet de production d'énergie photovoltaïque sur les bâtiments du Campus SEB à Ecully, en complément d'autres sources d'approvisionnement électrique. Dès le deuxième semestre 2018, les 2 950 m² de panneaux photovoltaïques produiront 502 MWh/an, d'origine décarbonée et locale, dont 96,5% devraient être autoconsommés.

« Cette initiative, menée à bien avec 2 entreprises françaises, participe à la lutte contre le réchauffement climatique, ainsi qu'à l'économie locale et durable » souligne Joël Tronchon, Directeur Développement Durable du Groupe.



Ventes 2017 : une excellente année

Le Groupe SEB a réalisé en 2017 un chiffre d'affaires de **6 485 M€**, en progression de **30 %**, incluant une croissance organique de **9,2 %**, un effet devises de **- 2 %**, un effet périmètre de **1 195 M€** (intégration de WMF au 1^{er} janvier 2017 et d'EMSA sur 6 mois additionnels par rapport à 2016) et le reclassement de dépenses marketing de Supor en diminution des ventes pour **- 74 M€**. La croissance organique vigoureuse des ventes a été alimentée par l'ensemble des lignes de produits et par la très grande majorité des zones géographiques. Elle est à mettre en perspective d'historiques élevés : **+ 8,0 %** en 2015 et **+ 6,1 %** en 2016. Parallèlement, l'activité de WMF a progressé de plus de **5 %** sur la période, grâce en particulier à une forte dynamique en café professionnel.

En Europe occidentale, dans un marché européen qui reste globalement bien orienté, les ventes 2017 du Groupe sont en croissance organique de **5,8 %**. À fin d'année, et malgré des contextes contrastés et des historiques exigeants, quasiment tous les pays affichent une progression à parités et structure constantes. Cette vitalité se concrétise par des gains de parts de marché.

En France, avec des ventes de **791 M€** sur l'année (**+ 1,4 %**), le Groupe a réalisé des performances record, portées par le Petit Electroménager (PEM) où il a renforcé son leadership. En articles culinaires, malgré une bonne fin d'année, l'activité est restée en retrait du fait d'un historique 2016 élevé. En Allemagne, l'activité 2017 a été remarquable, soutenue par d'importants moyens moteurs et tirée par un large éventail de produits. Le Groupe signe par ailleurs une belle année en Belgique, en Espagne, aux Pays-Bas et au Portugal, et est en croissance au Royaume-Uni.

2017 a par ailleurs été la première année de consolidation de WMF, avec en particulier la reprise progressive du management opérationnel de l'activité *Consumer* WMF par les sociétés de marché du Groupe SEB, hors Allemagne, Autriche et Suisse.

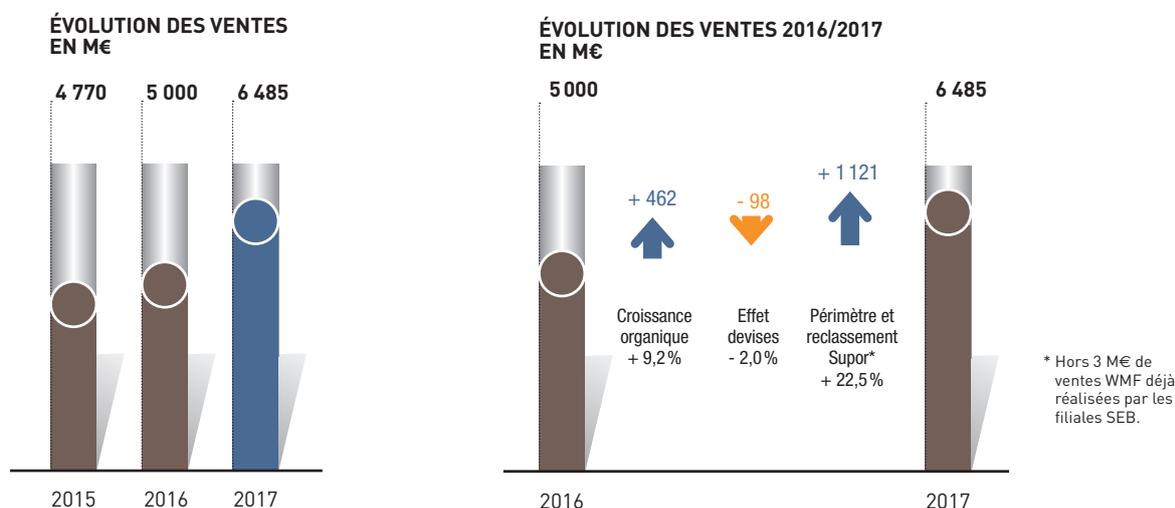
Dans les autres pays d'EMEA, la croissance organique du Groupe s'établit à **12,6 %** pour l'année. La grande majorité des pays a contribué à cette très belle performance qui a conduit, comme en Europe de l'Ouest, à des gains de parts de marché. En Europe centrale, le Groupe a poursuivi ses avancées, conjuguant

développement de l'activité courante et opérations commerciales spécifiques avec des distributeurs. En Ukraine, nos ventes ont connu un formidable essor, trimestre après trimestre, progressant de plus de **50 %** à parités constantes sur l'année.

En Amérique du Nord, les ventes du Groupe progressent de **3,8 %** à périmètre et taux de change constants. Aux États-Unis, malgré l'effet favorable du lancement d'une nouvelle gamme d'électrique culinaire sous marque Krups, l'année s'est avérée difficile : difficultés de la distribution physique face à l'essor rapide du e-commerce, forte concurrence en articles culinaires de cœur de gamme (T-Fal) et recul du marché du fer à repasser. Au Canada, l'activité a été en légère croissance grâce aux articles culinaires et au soin du linge. Le Mexique est le principal contributeur à la croissance en ALENA en 2017 avec une dynamique très solide, tirée en particulier par les articles culinaires, les blenders et les fers, ainsi que par un nouveau programme de fidélisation avec l'un de nos clients-clés.

En Amérique du Sud, le Groupe enregistre un certain raffermissement de son activité malgré une dépréciation importante du real et du peso colombien face à l'euro. Au Brésil, l'économie montre des signes de reprise, qui se concrétisent dans la consommation des ménages, mais l'environnement général et l'agenda politique constituent des facteurs d'incertitude majeurs. L'évolution favorable des ventes est liée aux ventilateurs et aux fers – grâce aux lancements de nouveaux produits – tandis que l'activité est en baisse en préparation des aliments et en articles culinaires. En Colombie, le recul du chiffre d'affaires en pesos reste essentiellement dû à la mévente de ventilateurs du fait de mauvaises conditions météorologiques. A contrario, l'activité articles culinaires demeure bien orientée et la croissance se poursuit en blenders.

En Chine, la croissance organique de plus de **20 %** a été réalisée dans un marché largement porté par le e-commerce et qui monte en gamme. Supor a continué à mettre en œuvre une stratégie d'innovation dans ses catégories phares en articles culinaires et ustensiles, électrique culinaire, ainsi que dans le PEM non culinaire. Le développement des ventes sur internet s'est



poursuivi et le e-commerce représente plus de 35% du chiffre d'affaires 2017. Ces excellentes performances de Supor doivent être mises en perspective d'un historique de ventes déjà riche de plusieurs années de croissance organique à deux chiffres.

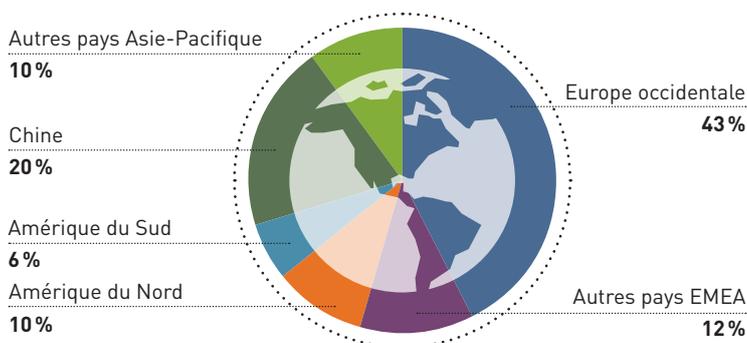
Dans les autres pays d'Asie, l'activité est restée stable, portée par le Japon et la Corée du Sud, les deux plus gros marchés de la zone pour le Groupe, alors que l'activité est en retrait, parfois significatif, dans d'autres pays, dont le poids dans les ventes est faible. Au Japon, le Groupe a maintenu un rythme de développement soutenu, ancré sur ses trois piliers : les articles culinaires et ustensiles, le soin du linge et les bouilloires. En Corée, à l'instar de 2016, 2017 constitue à nouveau une bonne année alimentée par les succès des articles culinaires, blenders et sèche-cheveux. En Australie, les ventes restent bien orientées. Dans les autres pays du Sud-Est asiatique, les performances 2017 sont en revanche très contrastées : en progression, à parités et structure constantes, en Thaïlande et en Malaisie, mais en recul marqué au Vietnam et pénalisées à Singapour par un effet de base élevé en 2016.

WMF

Les ventes 2017 WMF s'établissent à 1 151 M€, en croissance de plus de 5% par rapport à 2016. Pour ce qui est de l'activité professionnelle, café professionnel (PCM) et équipement hôtelier, les ventes s'élèvent à 563 M€, en progression de 13%, le PCM contribuant à hauteur de +17% et l'équipement hôtelier baissant de 9% en l'absence de nouveaux contrats importants. Plus particulièrement en PCM, l'activité courante a continué à se développer à un rythme soutenu – tandis que deux gros contrats signés en 2016 avec des clients canadien et japonais, ont ajouté une contribution majeure.

En Petit Equipement Domestique, les ventes s'élèvent à 588 M€, pratiquement stables par rapport à 2016, mais avec des évolutions contrastées : d'une part, une activité atone en articles culinaires en Allemagne, la non-reconduction d'un important programme de fidélisation réalisé fin 2016 et des perturbations ponctuelles occasionnées par les réorganisations commerciales hors Allemagne-Autriche-Suisse ; d'autre part, une activité PEM en croissance à deux chiffres, bénéficiant en particulier de lancements de nouveaux produits ; des magasins WMF en légère croissance ; enfin, un développement international qui avance rapidement.

RÉPARTITION DES VENTES DU GROUPE PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE



2017 en faits...

INTÉGRATION DE WMF

2017 a été l'année de l'arrimage de WMF au Groupe SEB, qui s'est concrétisé par de solides avancées en matière d'harmonisation des systèmes et d'intégration des fonctions, grâce à une collaboration constructive des équipes. Plusieurs priorités pour cette première année :

- Le développement de l'activité Petit Equipement Domestique à travers la reprise de l'activité commerciale hors Allemagne, Autriche et Suisse, par les filiales du Groupe, l'accélération du plan produits et le début de l'optimisation du réseau de magasins WMF ;
- L'accélération en Café Professionnel sur la base d'une organisation dédiée renforcée, d'une innovation et d'une digitalisation accrues et d'un début de mise en œuvre des plans d'action dans les principaux marchés ;
- La mise en place des premiers programmes de synergies industrielles et achats ainsi que l'initiation de l'optimisation de la chaîne logistique.

En 2017, le Groupe s'est donc mis en ordre de marche pour assurer la réalisation de ses ambitions sur WMF.

UNE DÉCENNIE DE TRÈS BELLES PERFORMANCES POUR SUPOR

2017 est aussi l'année du 10^e anniversaire de Supor au sein du Groupe SEB. Supor, c'est aujourd'hui un chiffre d'affaires total voisin d'1,9 Md€ dont plus d'1,2 Md réalisés sur son marché domestique, en Chine. Marque la plus reconnue sur le marché culinaire chinois, Supor a considérablement renforcé ses positions sur cette décennie, consolidant son leadership en Articles Culinaires et devenant le n°2 en Electricité Culinaires.

Cette remarquable performance est à mettre au compte de deux facteurs majeurs : d'une part une dynamique produits alimentée par une très forte politique d'innovation ; d'autre part une présence incontournable sur le territoire grâce à une vaste distribution, multicanale.

Enfin, Supor représente une base industrielle puissante et compétitive, destinée à servir le marché chinois ainsi que des exportations Groupe. Cette réussite se reflète dans la croissance des ventes, des résultats et du cours de l'action Supor. Elle constitue un socle solide pour le futur.

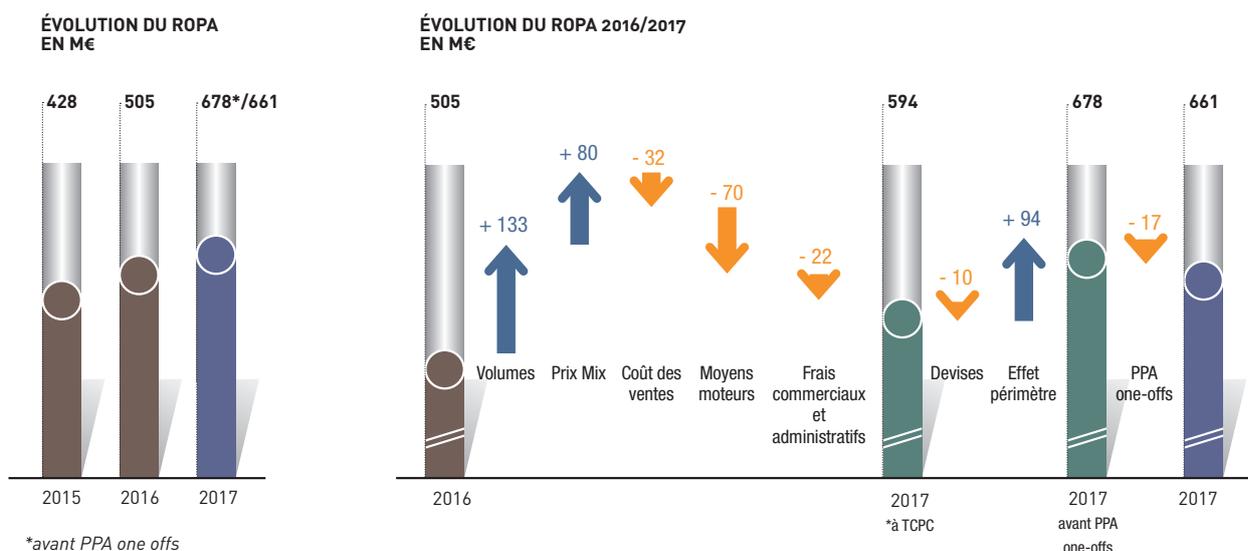
LE GROUPE SEB SE RENFORCE EN EGYPTE

Dans l'optique de renforcer leur collaboration historique, le Groupe SEB et la famille Zahran ont décidé de mettre en place une nouvelle entité, Groupe SEB Egypt Zahran, détenue à 55% par le Groupe SEB et à 45% par Zahran. Cette société réunit les deux activités, Petit électroménager et Articles culinaires, et a pour objectif :

- d'accélérer le développement des ventes en Egypte et de tirer le meilleur parti du fort potentiel de ce marché ;
- de capitaliser sur la relation de confiance établie depuis de nombreuses années avec la famille Zahran ;
- de renforcer l'outil industriel du Groupe dans la région pour faciliter l'accès à certains marchés, en Afrique et au Moyen-Orient.

L'opération, soumise à l'approbation des autorités réglementaires égyptiennes, devrait être finalisée au deuxième trimestre 2018. Les ventes de la nouvelle entité seraient de l'ordre de 40 M€.

Des performances exceptionnelles



RÉSULTAT OPÉRATIONNEL D'ACTIVITÉ (ROPA)

Le **Résultat Opérationnel d'Activité** 2017 s'établit à **661 M€**, en croissance de **30,8%**. Il est constitué comme suit :

- hors WMF, le ROPA du Groupe est de **583 M€**, en progression de **15%** par rapport à 2016 ; la marge opérationnelle du Groupe hors WMF s'établit ainsi à pratiquement **11%**. On notera en outre que l'effet devises (-10 M€) est bien inférieur à celui des années précédentes, et notamment aux -122 M€ de 2016 ;
- le ROPA de WMF, avant PPA non récurrents, s'est élevé à **95 M€**, en croissance de **12%** sur 2016 ;
- les impacts non récurrents de l'allocation du prix d'acquisition de WMF (réévaluation des stocks et du carnet de commande) pèsent à hauteur de -17 M€ et ont été entièrement reconnus au 1^{er} semestre 2017 ; la contribution nette de WMF au Résultat Opérationnel d'Activité du Groupe s'élève de ce fait à **78 M€**.

Il en ressort que pour 2017, le Résultat Opérationnel d'Activité du Groupe avant impacts non récurrents de l'allocation du prix d'acquisition de WMF s'établit à **678 M€**, en progression de **34,2%**, pour une marge opérationnelle de **10,5%**.

Par ailleurs, la croissance organique du Résultat Opérationnel d'Activité peut être détaillée comme suit :

- un effet volume positif de 133 M€ ;
- un effet prix-mix positif de 80 M€, très majoritairement porté par l'amélioration du mix ;
- une augmentation des coûts de production de 32 M€ reflétant en particulier le renchérissement, à partir de l'été, des matières premières (aluminium, nickel, cuivre, plastiques...), seulement partiellement compensée par une meilleure absorption des coûts industriels grâce à la hausse des volumes ;
- un accroissement de 70 M€ des investissements en moyens moteurs, à hauteur d'un quart environ pour l'innovation et de trois quarts pour la publicité et le marketing ;
- une augmentation des frais commerciaux et administratifs de 22 M€.

RÉSULTAT D'EXPLOITATION ET RÉSULTAT NET

À fin décembre 2017, le **Résultat d'Exploitation du Groupe**, dans son nouveau périmètre, s'élève à **580 M€**, contre 426 M€ en 2016. Il prend en compte une charge d'Intéressement et de Participation de 38 M€, pratiquement stable par rapport à l'année passée. Il intègre également d'autres produits et charges, à hauteur de -44 M€ (-42 M€ en 2016) dont les postes principaux sont la réorganisation industrielle et logistique mise en œuvre au Brésil (en particulier les transferts des productions des sites de Mooca et San Bernardo vers le nouveau site d'Itatiaia), les charges liées à l'intégration de WMF, ainsi que des frais encourus dans le cadre de la création à Lyon du pôle mondial Innovation pour l'activité Petit Électroménager.

Le Résultat financier s'établit à -72 M€, contre -58 M€ en 2016. On soulignera notamment que les charges d'intérêt, de 35 M€ (30 M€ en 2016), en augmentation très modérée malgré l'accroissement de l'endettement, essentiellement grâce aux très bonnes conditions de financement de l'acquisition de WMF.

Le Résultat net s'élève à **375 M€**, en croissance de 45%. Il s'entend après une charge d'impôt de 99 M€ représentant un taux d'impôt effectif pour l'année 2017 de 19,5%, exceptionnellement bas, grâce notamment à un effet non récurrent de la réforme fiscale aux États-Unis et à la restitution de la taxe sur les dividendes en France. Il inclut également des intérêts minoritaires de 34 M€, en hausse par rapport à l'an dernier du fait de l'amélioration continue des performances de Supor en Chine.

BILAN

Au 31 décembre 2017, les capitaux propres s'élevaient à 1 964 M€, renforcés de 128 M€ par rapport à fin 2016 malgré la prise en compte d'écart de conversion négatifs de 148 M€.

À fin 2017, la dette nette s'établissait à 1 905 M€, contre 2 019 M€ un an auparavant. La baisse de 114 M€ est à mettre au compte d'une solide génération de trésorerie d'exploitation, de 322 M€ sur l'année.

À la même date, le besoin en fonds de roulement est de 1 222 M€ représentant 18,8% des ventes du Groupe (19,6% à fin 2016). WMF pénalise néanmoins quelque peu ce ratio, qui s'établit à 18,2% sur la base de l'ancien périmètre.

Ainsi, le Groupe termine l'année 2017 avec un ratio d'endettement de 97% (110% en proforma à fin 2016) et un ratio dette nette / EBITDA ajusté de 2,4 contre 2,8 au 31 décembre 2016. Il est en ligne avec les objectifs de désendettement annoncés en mai 2016.

PERSPECTIVES 2018

Le Groupe SEB a donc réalisé une excellente année 2017 conjuguant très belles performances, en ligne avec ses objectifs, et débuts prometteurs de WMF.

À l'instar de 2017, 2018 sera une année dense, marquée par un double objectif :

- Poursuivre la croissance rentable du Groupe – ancien périmètre – dans un marché du Petit Équipement Domestique qui devrait rester porteur, en continuant à activer nos fondamentaux solides : innovation, puissance de nos marques, large distribution, présence internationale, expertise industrielle, exécution de qualité... pour faire la différence.
- Poursuivre, dans le même temps, l'intégration de WMF en déployant les chantiers initiés, en exécutant les plans d'investissement et d'accélération en café professionnel, en engageant les actions de redressement de la rentabilité en Petit Équipement Domestique et en assurant la montée en puissance des synergies opérationnelles... Les sujets sont nombreux et mobiliseront encore largement les équipes.

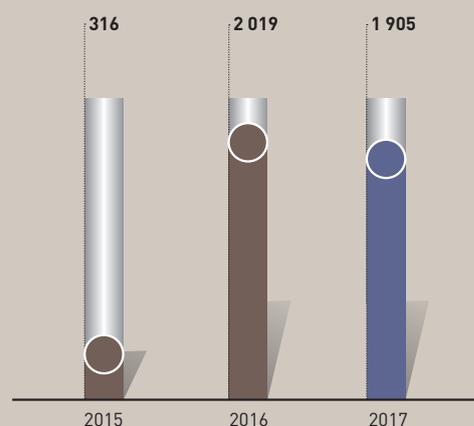
Par ailleurs, l'environnement sera vraisemblablement plus tendu en 2018 sur le plan des matières premières et des devises. Malgré un historique élevé sur l'ancien périmètre et une année 2017 exceptionnelle en Café Professionnel pour WMF, le Groupe SEB se donne comme objectif 2018 de réaliser une nouvelle croissance organique de ses ventes, d'améliorer son Résultat Opérationnel d'Activité et de poursuivre son désendettement, afin de ramener son ratio dette nette / EBITDA ajusté à moins de 2 à fin 2018.

Dividende

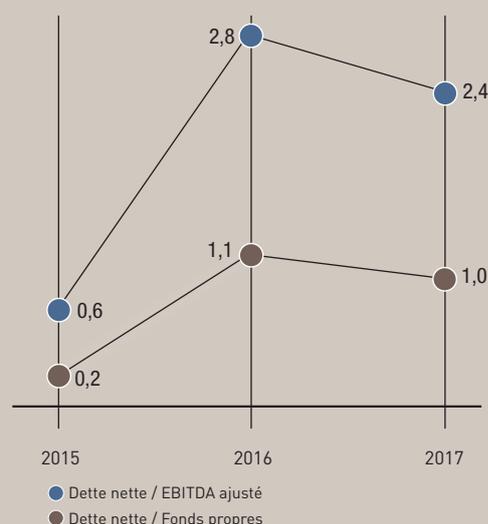
Le Conseil d'Administration, dans sa séance du 27 février 2018, a proposé de distribuer, au titre de l'exercice 2017, un dividende de **2,00 €** par action, en croissance de **16,3 %**. Cette augmentation reflète à la fois les excellentes performances de 2017 ainsi que la confiance du Conseil dans les perspectives du Groupe et dans sa capacité à poursuivre l'intégration de WMF dans les meilleures conditions. 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 **2,20 €** par action (détentions inférieures à 0,5% du capital).

La date de détachement du coupon de l'action est fixée au 21 mai et celle du paiement du dividende au 23 mai 2018.

ÉVOLUTION DE L'ENDETTEMENT NET
AU 31/12 EN M€

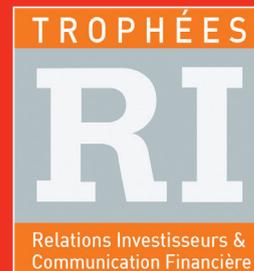


RATIOS D'ENDETTEMENT AU 31/12

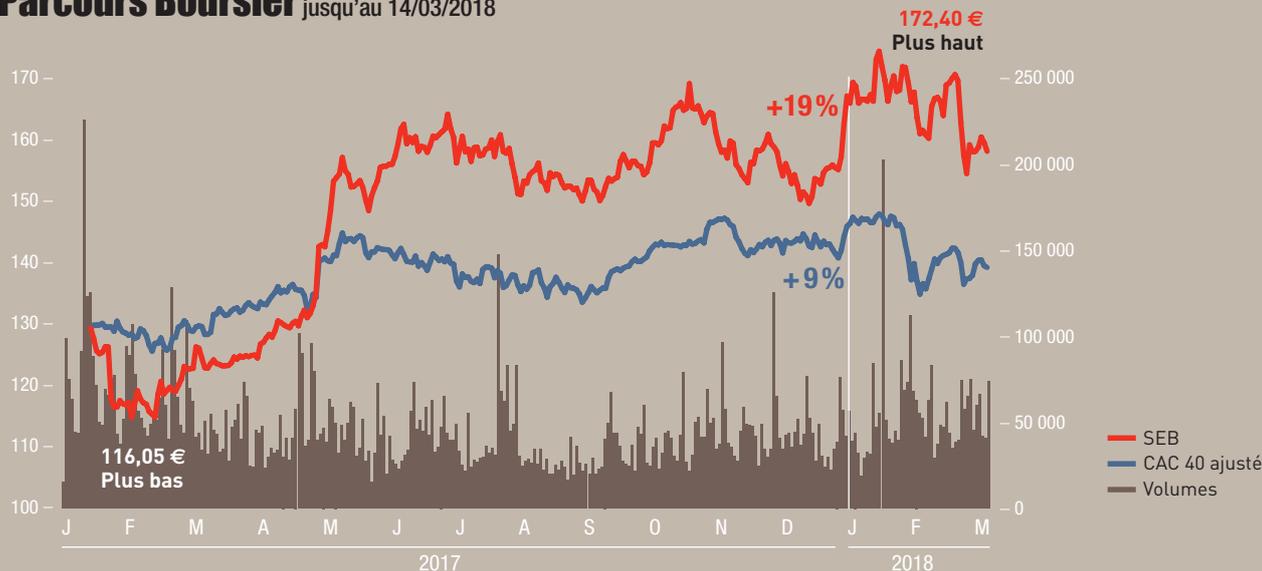


Thierry de La Tour d'Artaise reçoit le Trophée des Meilleures Relations Investisseurs par un CEO

Dans le cadre du Forum IR, le rendez-vous annuel français des professionnels des relations investisseurs, qui s'est tenu en décembre dernier, Thierry de La Tour d'Artaise a reçu le Trophée des Meilleures Relations Investisseurs par un CEO. C'est la 7^e fois en 9 éditions que la Communication Financière et les Relations Investisseurs du Groupe sont récompensées dans le cadre du Forum IR.



Parcours Boursier jusqu'au 14/03/2018



Performance 2017

Cours de clôture au 29/12/2017	154,45 €
Capitalisation boursière au 29/12/2017	7 749 M€
+ haut (en séance)	169,90 €
+ bas (en séance)	115,70 €
Moyenne de l'année (cours de clôture)	145,896 €
Moyenne des 30 derniers cours de l'année 2017	154,185 €
Moyenne des transactions journalières en actions	53 452



Nous contacter

Actionnaires individuels

Service Actionnaires +33 (0)4 72 18 16 41 - 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 - Paris.bp2s.registered.shareholders@bnpparibas.com

Investisseurs et Analystes

Direction de la Communication Financière et des Relations Investisseurs
+ 33 (0)4 72 18 16 40 - comfin@groupeseb.com

Campus SEB - 112 chemin du Moulin Carron
69130 Ecully - FRANCE

www.groupeseb.com



Agenda

26/04/2018	Ventes et infos financières T1 2018
16/05/2018	Assemblée Générale
23/05/2018	Païement du dividende
07/06/2018	Réunion d'actionnaires Toulouse
25/07/2018	Ventes et Résultats S1 2018
19/09/2018	Réunion d'actionnaires Paris
02/10/2018	Réunion d'actionnaires Annecy
25/10/2018	Ventes et infos financières 9 mois 2018
03/12/2018	Réunion d'actionnaires Lille

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



MIXTE
Papier Issu de
sources responsables
FSC® C113868

en bourse