



23 juillet 2020 - 06h30

Ventes et résultats du 1^{er} semestre 2020



UN 2^e TRIMESTRE MEILLEUR QU'ANTICIPE DANS UN CONTEXTE DE CRISE GENERALISEE

1

Résultats consolidés (en M€)	1 ^{er} semestre 2019	1 ^{er} semestre 2020	Variations 2020/2019	2 ^e trimestre 2020	Variations 2020/2019
Ventes	3 337	2 914	- 12,7 % - 12,6 % tcpc	1 460	- 9,5 % - 8,4 % tcpc
Résultat Opérationnel d'Activité (ROPA)	230	103	- 55,0 %	86	- 6,3 %
Résultat d'exploitation	213	58	- 72,8 %		
Résultat net part du Groupe	100	3	- 97 M€		
Dette financière nette au 30/06	2 428	2085	- 343 M€		

% calculés sur chiffres non arrondis

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

« Dans un contexte sanitaire ayant fortement affecté la distribution et bouleversé la consommation, les résultats du premier semestre 2020, avec un 2^e trimestre meilleur qu'attendu, témoignent de la résilience et de l'agilité du Groupe, ainsi que de la mobilisation de nos équipes.

Au cours de ce semestre, et malgré l'adversité de la crise Covid-19, le Groupe a poursuivi avec détermination les projets de développement, et ce deuxième trimestre a résolument été placé sous le signe de la solidarité et de la responsabilité ; solidarité envers nos collaborateurs à travers diverses initiatives RH prises pour amoindrir les effets de la crise ; responsabilité avec la fabrication du respirateur artificiel MakAir.

En plus de participations dans de nouvelles activités à impact environnemental (Angell, Castalie, IEVA), nous investissons aujourd'hui dans StoreBound. Cette acquisition, en plus de renforcer notre présence aux Etats-Unis, permettra des synergies sur la création de communautés digitales, StoreBound ayant acquis en 8 ans la plus grosse communauté digitale de notre industrie aux Etats Unis.

Les incertitudes sanitaires et leurs conséquences macro-économiques sont encore prégnantes, nous restons vigilants mais confiants dans la solidité de notre modèle stratégique, géographiquement équilibré, multi-canal, et porté par une démarche de responsabilité environnementale et sociétale. »

CONTEXTE PARTICULIER, COVID-19

Le 1^{er} semestre 2020 a été marqué par l'épidémie de Covid-19 qui a commencé à Wuhan, en Chine, avant de s'étendre davantage en Asie puis de se propager dans le reste du monde avec des foyers importants en Europe et ensuite sur le continent américain. Face à cette crise sanitaire sans précédent, affectant tous les pans de l'économie, la plupart des pays ont mis en place des mesures de confinement, plus ou moins strictes, qui ont conduit notamment à la fermeture des lieux publics, des restaurants et hôtels, ainsi que de la majorité des magasins non-alimentaires. Dans ce contexte, la consommation a fortement reculé dans toutes les géographies, avec un transfert important vers le commerce en ligne.

Tout au long de cette crise, et aujourd'hui encore, la priorité du Groupe a été la santé et la sécurité de ses collaborateurs dans les sites industriels, les entrepôts, bureaux, filiales commerciales ou magasins.

Au plan industriel, le Groupe a été amené à fermer temporairement une grande partie de ses usines, en Chine dès janvier, puis en France, en Allemagne, aux Etats-Unis, au Brésil, en Colombie... Cette production « à géométrie variable » sur le semestre a entraîné une sous-activité importante et des ruptures ponctuelles de stocks, mais l'ensemble du dispositif industriel du Groupe - 42 sites - a maintenant retrouvé une activité normale, avec les pré-requis sanitaires.

Affecté très tôt par l'épidémie du fait de sa présence en Chine, le Groupe SEB a communiqué à plusieurs reprises sur les effets de Covid-19 sur son activité et ses performances au cours du 1^{er} semestre. Des informations détaillées et régulièrement actualisées sont donc disponibles et consultables sur www.groupeseb.com.

COMMENTAIRES GENERAUX SUR LES VENTES DU GROUPE

Dans cet environnement dégradé, les ventes du Groupe SEB pour le 1^{er} semestre 2020, de **2 914 M€**, ont **reculé de 12,7 %** par rapport à fin juin 2019, incluant une **baisse de 12,6 % à taux de change et périmètre constants** (- 420 M€), un effet devises de - 0,6 % (- 20 M€) et un effet périmètre de + 0.5 % (+ 17 M€ ; Wilbur Curtis sur environ 1 mois et Krampouz sur 6 mois).

Ce retrait marqué et inédit de notre chiffre d'affaires est à mettre au compte de nos deux pôles d'activité, dont les ventes ont été marquées par une grande volatilité sur la période.

La baisse de notre chiffre d'affaires **Grand Public, de 10,6 % à tcpc**, est directement imputable aux mesures de confinement et aux fermetures de magasins non-alimentaires dans la plupart des pays. Elle se décompose entre un recul de 17,3 % au 1^{er} trimestre, suivi d'un repli beaucoup plus modéré, de 3,2 %, au 2^{ème} trimestre. Après un point bas atteint en avril, le déconfinement progressif à partir de mi-mai et un fort rebond de l'activité en juin, notamment en EMEA et en Chine, ont porté cette amélioration de tendance.

Nos ventes Professionnelles accusent, quant à elles, une **baisse de 27,6 % à tcpc** à fin juin, directement liée à la fermeture quasi-généralisée du secteur de l'hôtellerie-restauration, qui est venue s'ajouter à un historique 2019 exigeant. Cet arrêt d'activité total de la très grande majorité de nos clients depuis la mi-mars s'est traduit par une chute de nos ventes de 43,4 % au 2^e trimestre, après un retrait de 9,7 % sur les trois premiers mois de l'année.

DETAIL DE L'ACTIVITE PAR ZONE GEOGRAPHIQUE – 1^{ER} SEMESTRE

Ventes en M€	1 ^{er} semestre 2019	1 ^{er} semestre 2020	Variation 2020/2019		T2 2020 Tcpc
			Parités courantes	tcpu*	
EMEA	1 401	1 272	- 9,2 %	- 9,0 %	- 7,5 %
Europe occidentale	1 033	915	- 11,4 %	- 11,5 %	- 8,3 %
Autres pays	368	357	- 3,0 %	- 1,9 %	- 5,2 %
AMERIQUES	362	298	- 17,8 %	- 13,3 %	- 17,4 %
Amérique du Nord	224	209	- 6,6 %	- 6,9 %	- 6,7 %
Amérique du Sud	138	89	- 35,9 %	- 23,7 %	- 35,3 %
ASIE	1 182	1 039	- 12,1%	- 11,6%	+ 7,6 %
Chine	938	794	- 15,3 %	- 14,4 %	+ 10,2 %
Autres pays	244	245	+ 0,1 %	- 0,9 %	- 0,3 %
TOTAL Grand Public	2 946	2 608	- 11,4 %	- 10,6 %	- 3,2 %
Professionnel	391	306	- 21,7 %	- 27,6 %	- 43,4 %
GROUPE SEB	3 337	2 914	- 12,7 %	- 12,6 %	- 8,4 %

*tcpu : taux de change et périmètre constants

Chiffres arrondis en M€

% calculés sur chiffres non arrondis

COMMENTAIRES ACTIVITE GRAND PUBLIC PAR ZONE GEOGRAPHIQUE

Ventes en M€	1 ^{er} semestre 2019	1 ^{er} semestre 2020	Variation 2020/2019		T2 2020 tpc
			Parités courantes	tpc	
EMEA	1 401	1 272	- 9,2 %	- 9,0 %	- 7,5 %
Europe occidentale	1 033	915	- 11,4 %	- 11,5 %	- 8,3 %
Autres pays	368	357	- 3,0 %	- 1,9 %	- 5,2 %

EUROPE OCCIDENTALE

Affectées par les mesures de confinement imposées par les gouvernements, les ventes du Groupe en Europe Occidentale sont en baisse organique de 11,5 % à fin juin et se sont avérées très volatiles sur la période. Après un recul de près de 15% à tpc à fin mars, le 2^e trimestre se termine sur une baisse de 8,3 %, qui masque en fait une très grande volatilité entre le point bas d'avril (- 50 %) et un mois de juin positif (+ 45 %) sous l'effet, vraisemblablement, d'achats « de rattrapage ». L'activité a également été marquée par des situations hétérogènes, en fonction des degrés de confinement de chaque pays et des décisions de fermetures de magasins.

En France, nos ventes sont en repli modeste au 2^e trimestre grâce à un programme de fidélisation en articles culinaires avec l'un de nos comptes-clés. Malgré un bon mois de juin, l'activité PEM est en revanche restée en baisse marquée. En Allemagne, le Groupe a réalisé un chiffre d'affaires stable au 2^e trimestre, du fait de belles performances en juin, tirées notamment par les ventilateurs, et par les ventes en ligne, en forte croissance (en particulier WMF).

Dans les autres pays de la zone, les effets de la crise sur l'activité ont été contrastés. Espagne, Italie, Royaume-Uni et Norvège ont ainsi été particulièrement impactés. A contrario, le Danemark, la Suède et la Belgique ont plutôt bien résisté.

D'une façon quasi-généralisée, la forte dynamique des ventes en ligne, qui avait prévalu le confinement, s'est poursuivie lors du déconfinement. S'y est ajouté en juin un phénomène de reconstitution des stocks des principaux distributeurs physiques. Les produits « gagnants » de cette période particulière sont liés à la cuisine (articles culinaires et cuisson électrique, notamment) et incluent les ventilateurs, qui ont bénéficié d'une bonne pré-saison et de stocks bas au sortir de la saison 2019.

AUTRES PAYS EMEA

Également impactée par l'épidémie à partir de mi-mars, les autres pays EMEA affichent au 30 juin une relative résistance, avec un repli d'activité limité à 2% en organique. Celui-ci inclut un 1^{er} trimestre légèrement positif et une baisse des ventes de 5,2 % à tpc au 2^e trimestre. De fait, le fort rattrapage observé au mois de juin (de l'ordre de +30 % vs 2019) a permis de quasiment compenser la très sévère chute de l'activité enregistrée en avril (- 40 %). L'accélération marquée du *momentum* des ventes en ligne, couplée à la réouverture des magasins à partir de mai et à la reconstitution de stocks par les distributeurs, ont porté cette tendance.

A fin juin, les performances sont cependant très hétérogènes d'un pays à l'autre. C'est notamment vrai en Europe centrale, où les contrastes sont particulièrement marqués et la baisse souvent liée à la non-réurrence en 2020 de programmes de fidélisation en 2019.

Ainsi, la Russie et l'Ukraine affichent une bonne performance globale, quoique volatile, sur le 2^e trimestre. Plus spécifiquement, la Russie termine le semestre en croissance, en dépit des mesures de confinement, grâce à l'essor accéléré de ses ventes en ligne, alimenté par de belles activations digitales réalisées en partenariat avec nos distributeurs.

A l'inverse, en Turquie, sévèrement touchée par l'épidémie, le chiffre d'affaires est en forte baisse à l'issue du 2^e trimestre. Dans un environnement économique (dont devise) toujours difficile, le déconfinement, partiel, en juin, n'aura pas permis de rattraper le recul de l'activité en avril- mai.

Sur l'ensemble de la zone, les produits les plus résilients ont été Optigrill, les aspirateurs versatiles et robots, les défroisseurs et les articles culinaires Ingenio.

Ventes en M€	1 ^{er} semestre 2019	1 ^{er} semestre 2020	Variation 2020/2019		T2 2020 tcpu
			Parités courantes	tcpu	
AMERIQUES	362	298	- 17,8 %	- 13,3 %	- 17,4 %
Amérique du Nord	224	209	- 6,6 %	- 6,9 %	- 6,7 %
Amérique du Sud	138	89	- 35,9 %	- 23,7 %	- 35,3 %

AMERIQUE DU NORD

La baisse de l'ordre de 7 % des ventes à tcpu au 1^{er} semestre reflète l'impact de l'épidémie de Covid-19 à partir de mars, avec une aggravation de la crise sanitaire au 2^e trimestre, en particulier aux Etats-Unis et au Mexique. Elle intègre aussi des évolutions hétérogènes selon les pays, avec une amplification des écarts au 2^e trimestre.

Aux Etats-Unis, la situation économique s'est tendue au fil des mois, se matérialisant notamment par une forte poussée du chômage. Déjà fragilisée, la distribution physique, largement paralysée par la fermeture de très nombreux magasins dans ce contexte de crise, a beaucoup souffert alors que le *momentum* du e-commerce s'est considérablement renforcé.

Malgré cet environnement général dégradé, l'activité du Groupe a bien résisté sur la période, affichant même une croissance organique au 2^e trimestre. Celle-ci a été portée par de solides performances en articles culinaires (T-fal, All-Clad, Imusa) dans tous les circuits de distribution ouverts, bénéficiant des dispositifs d'aides à la consommation de l'administration américaine et d'un intérêt accru pour la cuisine en temps de confinement. A contrario, les ventes en soin du linge ont été en retrait marqué. L'élargissement de la distribution des fers et défroisseurs Rowenta a toutefois permis de surperformer un marché très déprimé.

Au Canada, l'activité est en baisse quasi-linéaire sur les six premiers mois, reflétant un marché compliqué, une présence encore limitée du e-commerce et des arbitrages continus de référencement d'un de nos clients historiques.

Au Mexique, le recul significatif de nos ventes semestrielles est dû à la propagation de Covid-19 depuis mi-mars, avec un effet important sur la distribution physique (poids du e-commerce encore limité) et sur la demande.

AMERIQUE DU SUD

A fin juin, les ventes en Amérique du Sud affichent un recul de 36%, dont -24% en organique. La forte dépréciation des devises (real brésilien, pesos colombien, argentin et chilien) nous coûte près de 12 points de croissance, principalement au 2^e trimestre. Celui-ci, en baisse de 49 % - dont 35 % en organique - reflète une détérioration significative de l'activité liée aux effets des mesures, toutefois hétérogènes d'un état à l'autre, mises en place pour contrer la propagation de Covid-19.

Principal pays de la zone, le Brésil concentre cette décroissance, avec une forte chute d'activité enregistrée en avril et mai. Ces deux mois cumulent une mise à l'arrêt quasi-complète du réseau des distributeurs physiques et la fermeture de nos sites industriels. Dans un environnement toujours fragile, les réassorts des distributeurs et la réouverture de nos usines ont permis au Groupe d'atténuer la tendance baissière en juin grâce notamment à une dynamique toujours très forte du e-commerce.

A l'exception du café (partenariat Dolce Gusto) et de la cuisson électrique (friteuses sans huile), la contraction des ventes sur le deuxième trimestre est généralisée à l'ensemble des lignes de produits.

La Colombie, notre deuxième plus grand marché en Amérique du Sud, affiche une baisse moins sévère avec, surtout, un phénomène de rattrapage sensiblement plus fort sur le mois de juin. Le Groupe a continué à capitaliser sur la puissance et la reconnaissance de la marque Imusa dans le pays et a accéléré ses ventes en e-commerce.

Ventes en M€	1 ^{er} semestre 2019	1 ^{er} semestre 2020	Variation 2020/2019		T2 2020 tcpu
			Parités courantes	tcpu	
ASIE	1 182	1 039	- 12,1%	- 11,6%	+ 7,6 %
Chine	938	794	- 15,3 %	- 14,4 %	+ 10,2 %
Autres pays	244	245	+ 0,1 %	- 0,9 %	- 0,3 %

CHINE

Premier marché du Groupe, la Chine a aussi été le premier pays touché par l'épidémie de Covid-19. Après un 1^{er} trimestre très impacté par un confinement large et une économie très ralentie, la situation s'est progressivement améliorée au cours des trois derniers mois. Les points de vente physiques ont rouvert leurs portes et leur fréquentation, très modeste au départ, s'est graduellement re-développée. L'activité reste toutefois largement nourrie par le e-commerce, qui maintient en grande partie les avances réalisées lors du confinement.

Notre chiffre d'affaires semestriel, en baisse organique de 14 %, intègre donc deux dynamiques inverses, entre un 1^{er} trimestre à -32 % et un 2^e à +10 %. L'accélération s'est concrétisée à partir de mai. Au-delà de la réouverture plus généralisée des magasins, Supor a réalisé de solides ventes en amont du *Shopping festival* de juin. Celui-ci s'est avéré un grand succès commercial (+64%). La très belle performance de Supor, sur toute la durée de l'événement (18 jours) est à mettre au compte d'une solide activation marketing digitale et d'une bonne dynamique produits.

La catégorie moteur du rebond a été le petit électroménager, tirée en particulier par l'électrique culinaire (blenders à grande vitesse, *baking pans*, multicuiseurs...) et par les aspirateurs. Les ventes d'articles culinaires se sont quant à elles nettement améliorées par rapport à fin mars mais sont restées pénalisées sur le semestre principalement par les effets de la fermeture prolongée du site industriel de Wuhan.

On notera en outre que toutes nos usines en Chine ont repris leur activité de production et tournent à plein régime.

AUTRES PAYS D'ASIE

En Asie hors Chine, les ventes à fin juin sont en léger repli organique, à l'issue d'un 2^e trimestre plus favorablement orienté que le 1^{er}. Les situations restent toutefois très hétérogènes entre les pays.

Au Japon, premier marché du Groupe de la zone, les ventes du 2^e trimestre se sont inscrites en repli sur fond d'état d'urgence sanitaire. Si les bouilloires ont affiché de belles performances et les multicuiseurs ont poursuivi leur solide développement tout au long du trimestre, grâce notamment au lancement de nouveaux produits, l'activité en articles culinaires et en soin du linge a été plus compliquée.

En Corée du Sud, touchée très tôt par Covid-19, les impacts négatifs à fin mars ont été presque entièrement compensés par une solide reprise au 2^e trimestre, dont l'activité a été tirée par la cuisson électrique et la préparation des boissons. La dynamique a en particulier été portée par les lancements réussis des tireuses à bière BeerTender et des friteuses « sans huile ». Le e-commerce, les hypermarchés et notre réseau de magasins en propre ont été les moteurs de la robuste croissance des ventes.

Dans les autres pays, nos performances du 2^e trimestre ont été très contrastées : croissance en Australie et en Thaïlande ; solide momentum à Hong-Kong et à Taiwan ; retrait significatif en revanche à Singapour, où le confinement s'est prolongé.

COMMENTAIRES ACTIVITE PROFESSIONNELLE

Ventes en M€	1 ^{er} semestre 2019	1 ^{er} semestre 2020	Variation 2020/2019		T2 2020 tcpc
			Parités courantes	tcpc	
Professionnel	391	306	- 21,7 %	- 27,6 %	- 43,4 %

Au 1^{er} semestre 2020, le pôle professionnel du Groupe a été très fortement impacté par la propagation de Covid-19, dont l'onde de choc s'est traduite, à partir d'avril, par le confinement de la moitié du monde et par la fermeture quasi-généralisée des restaurants et chaînes de restauration rapide, cafés et *coffee-shops*, hôtels, etc.

Dans ce contexte, le chiffre d'affaires au 30 juin 2020 accuse une baisse, à taux de change et périmètre constants, de l'ordre de 28 %, à l'issue d'un 2^e trimestre particulièrement heurté, à - 43 %. Les ventes de machines à café professionnelles (PCM), prépondérantes dans l'activité, constituent le principal vecteur de ce recul, sur un historique 2019 qui plus est élevé. La mise à l'arrêt prolongée des principales enseignes clientes de PCM a en effet conduit à des suspensions de livraison, des reports de projets d'investissement ou encore à des décalages ou réductions de volumes de commandes et ce, dans tous les grands marchés (Allemagne, US, Chine, etc.).

L'équipement hôtelier, largement basé sur des contrats, a été encore plus durement touché au 2^e trimestre, mais son poids est plus limité dans l'activité professionnelle.

RESULTAT OPERATIONNEL D'ACTIVITE (ROPA)

Fortement affecté par les effets de la crise Covid-19 sur l'activité, le Résultat Opérationnel d'Activité (ROPA) du 1^{er} semestre 2020 atteint **103 M€**, contre 230 M€ à fin juin 2019. Il s'entend après prise en compte d'un effet devises de - 24 M€ et d'un effet périmètre de + 2 M€ (Wilbur Curtis et Krampouz). A taux de change et périmètre constants, le ROPA s'établit donc à **125 M€**.

Les briques constitutives de l'évolution du ROPA à fin juin 2020 sont les suivantes :

- Un effet volume négatif de 134 M€, en lien direct avec la baisse des ventes ;
- Un effet prix-mix de - 26 M€, qui reflète des marchés difficiles et une forte intensité promotionnelle ;
- Une augmentation de 24 M€ du coût des ventes, qui intègre à la fois un impact positif lié à des renégociations de nos achats et un impact négatif lié à la moindre activité de nos usines. Cette dernière a entraîné une sous-absorption des frais fixes qui n'a été que partiellement compensé par les mesures de chômage partiel ;
- Une réduction de 50 M€ des moyens moteurs dans un contexte de marché qui justifiait à la fois moins d'investissement et une réallocation vers le digital ;
- Une baisse de 29 M€ des frais commerciaux et administratifs, principalement réalisée au 2^e trimestre, qui couvre aussi bien la réactivité des équipes en matière de réduction des coûts que les aides perçues, au titre du chômage partiel, en France notamment.

Il est à noter que la baisse du Résultat Opérationnel d'Activité à fin juin est très essentiellement à mettre au compte du 1^{er} trimestre (ROPA de 18 M€ vs 138 M€ en 2019), où les contre-mesures pour atténuer les impacts de la crise n'avaient pas encore pu être mises en œuvre pour certaines, ni avoir des effets pour les autres. Le ROPA du 2^e trimestre s'est établi à **86 M€**, en repli limité, de **6,3 %** par rapport à 2019, reflétant les économies déjà réalisées.

RESULTAT D'EXPLOITATION ET RESULTAT NET

A fin juin 2020, le Résultat d'Exploitation du Groupe s'est élevé à **58 M€**, contre 213 M€ au 30 juin 2019. Ce résultat intègre une charge anticipée d'Intéressement et de Participation de 5 M€ (9 M€ en 2019) ainsi que d'autres produits et charges, pour - 40 M€, contre - 8 M€ au 1^{er} semestre de l'année passée. Ces charges sont pour moitié relatives à la restructuration de l'activité Grand Public de WMF (dépréciations d'actifs industriels, coûts sociaux), l'autre moitié étant constituée de divers postes de montants modestes.

Le Résultat financier s'est établi au 30 juin 2020 à - 29 M€, contre - 46 M€ au premier semestre de l'année passée. Cette amélioration reflète à la fois la baisse du coût de l'endettement et des autres charges financières par rapport au 30 juin 2019.

Dans ces circonstances, le Résultat net part du Groupe du 1^{er} semestre est de **3 M€**, contre 100 M€ à fin juin 2019. Il s'entend après une charge d'impôt de 7 M€ - sur la base d'un taux d'impôt effectif estimé à 25% - et après intérêts des minoritaires de 19 M€, contre 27M€ au 1^{er} semestre 2019, en ligne avec la baisse des résultats de Supor en Chine.

STRUCTURE FINANCIERE AU 30 JUIN 2020

Les capitaux propres au 30 juin 2020 sont de **2 499 M€**, en baisse de 129 M€ par rapport à fin 2019 et en augmentation de 176 M€ par rapport au 30 juin 2019.

A cette même date, la dette nette du Groupe s'établissait à 2 085 M€ (dont 306 M€ de dette IFRS 16), en baisse de 343 M€ par rapport au 30 juin 2019, à saisonnalité comparable, et en légère hausse par rapport au 31 décembre 2019 (+88 M€). Cette hausse provient principalement d'éléments non opérationnels : versement des dividendes, rachats d'actions propres de Supor, investissements de SEB Alliance, restructurations payées... Les investissements du semestre sont stables par rapport à la même période en 2019, de même que le besoin en fonds de roulement, par rapport à fin 2019.

Le ratio d'endettement du Groupe s'établit au 30 juin 2020 à **0,8** (0,7 hors dette IFRS 16) et le ratio dette nette / EBITDA ajusté à **2,5** (2,2 hors IFRS 16), en ligne avec la saisonnalité de l'activité. Le Groupe s'appuie donc sur une assise financière stable, fondée sur une structure de financement saine et équilibrée en termes d'instruments et de maturité, dépourvue de *covenants* financiers.

PERSPECTIVES

Le caractère saisonnier de l'activité Grand Public fait que le 1er semestre n'est traditionnellement pas représentatif de l'ensemble de l'année.

En outre, les six premiers mois de 2020 ont été bouleversés par les effets sur l'économie globale d'une crise sanitaire sans précédent.

Dans un environnement très volatil, le Groupe a réalisé un 2^e trimestre meilleur qu'anticipé, tant pour les ventes que pour le Résultat Opérationnel d'Activité.

Cependant, à ce stade, les incertitudes quant au scénario de reprise persistent, en particulier dans un contexte de crise sanitaire toujours grave sur le continent américain et de recrudescence de l'épidémie, avec re-confinement, dans certaines régions. Cette visibilité limitée et ces aléas conduisent le Groupe à rester prudent et à ne pas extrapoler l'amélioration observée en fin de 2^e trimestre pour l'activité Grand Public sur les mois qui viennent. En fonction de l'évolution de la consommation au second semestre, le Groupe pourrait surinvestir en moyens moteurs afin de nourrir la croissance et préparer 2021.

En ce qui concerne l'activité Café Professionnel, nous tablons sur des ventes qui devraient rester heurtées au second semestre en conséquence de la fermeture quasi-généralisée et prolongée du secteur Hôtellerie-Restauration. Il est en effet vraisemblable que certains de nos clients soient amenés à réajuster l'enveloppe ou le calendrier de leurs investissements, et donc à reporter des commandes.

Par ailleurs, les évolutions des parités monétaires nous conduisent à anticiper des effets devises négatifs sur le Résultat Opérationnel d'Activité, qui pourraient se situer dans une fourchette de -70 à -90 M€. Les matières devraient en revanche avoir un impact légèrement positif.

Dans ces circonstances, le Groupe SEB confirme qu'il n'est pas possible de quantifier précisément à ce jour les impacts de Covid-19 sur l'ensemble de l'exercice, mais que le chiffre d'affaires et le Résultat Opérationnel d'Activité seront en baisse marquée.

Au-delà de cette année 2020 atypique, le Groupe réaffirme sa confiance dans son modèle stratégique solide et équilibré qui lui permet de maintenir son cap de long terme et le conforte dans la traversée de cette crise.

Les comptes consolidés et sociaux du Groupe SEB au 30 juin 2020 ont été arrêtés par le Conseil d'Administration du 22 juillet 2020.

COMPTE DE RESULTAT CONSOLIDE

(en millions €)	30/06/2020 6 mois	30/06/2019 6 mois	31/12/2019 12 mois
Produits des activités ordinaires	2 914,4	3 336,6	7 353,9
Frais opérationnels	(2 811,0)	(3 106,8)	(6 614,1)
RÉSULTAT OPÉRATIONNEL D'ACTIVITÉ	103,4	229,8	739,8
Intéressement et participation*	(5,0)	(9,0)	(37,2)
RÉSULTAT OPÉRATIONNEL COURANT	98,4	220,8	702,6
Autres produits et charges d'exploitation	(40,2)	(8,2)	(82,1)
RÉSULTAT D'EXPLOITATION	58,2	212,6	620,5
Coût de l'endettement financier	(16,5)	(20,9)	(41,1)
Autres produits et charges financiers	(12,2)	(24,9)	(19,6)
Résultat des entreprises associées	0,0	0,0	
RÉSULTAT AVANT IMPÔT	29,5	166,8	559,8
Impôt sur les résultats	(7,4)	(40,2)	(131,5)
RÉSULTAT NET	22,1	126,6	428,3
Part des minoritaires	(19,4)	(26,6)	(48,6)
RÉSULTAT NET REVENANT À SEB S.A.	2,7	100,0	379,7
RÉSULTAT NET REVENANT À SEB S.A. PAR ACTION (en unités)			
Résultat net de base par action	0,05	2,01	7,63
Résultat net dilué par action	0,05	2,00	7,58

* incluant les charges liées au plan d'actionnariat salarié 2019

BILAN CONSOLIDE

ACTIF (en millions €)	30/06/2020	30/06/2019	31/12/2019
Goodwill	1 642,6	1 614,9	1 611,3
Autres immobilisations incorporelles	1 259,7	1 249,1	1 261,9
Immobilisations corporelles	1 189,4	1 225,8	1 248,0
Participations dans les entreprises associées			-
Autres participations	87,0	54,3	100,4
Autres actifs financiers non courants	19,0	14,7	38,6
Impôts différés	95,7	108,9	96,3
Autres créances non courantes	48,2	50,7	58,0
Instruments dérivés actifs non courants	6,3	6,2	3,4
ACTIFS NON COURANTS	4 347,9	4 324,6	4 417,9
Stocks et en-cours	1 194,0	1 308,0	1 189,1
Clients	860,5	984,3	1 159,7
Autres créances courantes	135,9	146,6	175,1
Impôt courant	51,9	42,9	57,4
Instruments dérivés actifs courants	39,1	31,9	20,5
Autres placements et autres actifs financiers	47,4	74,7	10,2
Trésorerie et équivalents de trésorerie	1 746,3	588,2	785,5
ACTIFS COURANTS	4 075,1	3 176,6	3 397,5
TOTAL DES ACTIFS	8 423,0	7 501,2	7 815,4
PASSIF (en millions €)	30/06/2020	30/06/2019	31/12/2019
Capital	50,3	50,2	50,3
Réserves consolidées	2 237,0	2 110,7	2 395,1
Actions propres	(18,8)	(53,9)	(52,8)
Capitaux propres Groupe	2 268,5	2 107,0	2 392,6
Intérêts minoritaires	230,3	216,4	234,9
CAPITAUX PROPRES DE L'ENSEMBLE CONSOLIDÉ	2 498,8	2 323,4	2 627,5
Impôts différés	242,2	227,2	222,3
Avantages au personnel et autres provisions non courantes	340,4	356,9	339,5
Dettes financières non courantes	2 638,2	2 337,6	2 301,8
Autres passifs non courants	52,5	59,6	55,2
Instruments dérivés passifs non courants	19,4	26,2	17,1
PASSIFS NON COURANTS	3 292,7	3 007,5	2 935,9
Avantages au personnel et autres provisions courantes	106,1	78,1	107,8
Fournisseurs	853,2	932,1	1 044,8
Autres passifs courants	415,2	371,8	527,6
Impôt exigible	1,8	33,4	74,1
Instruments dérivés passifs courants	16,8	30,7	27,1
Dettes financières courantes	1 238,4	724,2	470,6
PASSIFS COURANTS	2 631,5	2 170,3	2 252,0
TOTAL DES CAPITAUX PROPRES ET DES PASSIFS	8 423,0	7 501,2	7 815,4

ANNEXE

DETAIL DE L'ACTIVITE PAR ZONE GEOGRAPHIQUE – 2^E TRIMESTRE

Ventes en M€	2 ^e trimestre 2019	2 ^e trimestre 2020	Variation 2020/2019	
			Parités courantes	tpc*
EMEA	690	631	- 8,5 %	- 7,5 %
Europe occidentale	515	472	- 8,3 %	- 8,3 %
Autres pays	175	159	- 9,2 %	- 5,2 %
AMERIQUES	194	149	- 23,1 %	- 17,4 %
Amérique du Nord	121	112	- 7,8 %	- 6,7 %
Amérique du Sud	73	37	- 48,6 %	- 35,3 %
ASIE	523	556	+ 6,4 %	+ 7,6 %
Chine	396	429	+ 8,3 %	+ 10,2 %
Autres pays	127	127	+ 0,4 %	- 0,3 %
TOTAL Grand Public	1 407	1 336	- 5,0 %	- 3,2 %
Professionnel	208	124	- 40,3 %	- 43,4 %
GROUPE SEB	1 615	1 460	- 9,5 %	- 8,4 %

*tpc : taux de change et périmètre constants

Chiffres arrondis en M€

% calculés sur chiffres non arrondis

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.

Cash flow libre

Le cash flow libre 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).

PEM

Petit électroménager . Il intègre les produits d'électrique culinaire ainsi que le soin de la maison et de la personne.

Dettes financières nettes

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

Programme de fidélisation (LP)

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

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 d'Enregistrement Universel 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 2020 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 22 juillet 2020.

Retrouvez le webcast et la présentation à 10h00
sur notre site internet : www.groupeseb.com ou [cliquez ici](#)

Prochains évènements - 2020

26 octobre | après bourse

Ventes et informations financières 9 mois 2020

14

Investisseurs / Analystes

Groupe SEB
Direction de la Communication Financière
et des Relations Investisseurs

Isabelle Posth
Raphaël Hoffstetter

comfin@groupeseb.com

Tél. +33 (0) 4 72 18 16 04

Presse

Groupe SEB
Direction de la Communication Corporate

Cathy Pianon
Caroline Philips

com@groupeseb.com

Tél. + 33 (0) 6 33 13 02 00
Tél. + 33 (0) 6 49 82 28 45

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 en s'appuyant sur un portefeuille de plus de 30 marques emblématiques (Tefal, Seb, Rowenta, Moulinex, Krups, Lagostina, All-Clad, WMF, Emsa, Supor...), commercialisées à travers une distribution multi format. Vendant plus de 360 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. Présent dans 150 pays, le Groupe SEB a réalisé un chiffre d'affaires de 7,3 milliards d'euros en 2019 et emploie plus de 34 000 collaborateurs.

SEB SA ■

SEB SA - N° RCS 300 349 636 RCS LYON – capital 50 307 064 € TVA intracommunautaire : FR 12300349636