

Regards sur le monde



Regards sur le monde

Poser un regard éclairé sur le monde, c'est l'observer, le comprendre, et y apporter des solutions durables. Voilà pourquoi, au sein du Groupe SEB, l'innovation et l'héritage se côtoient harmonieusement : parce que du meilleur des deux naît un monde nouveau, fort de son expérience et regorgeant d'initiatives révolutionnaires. Cette audace et cette détermination ont façonné, à la genèse du Groupe, une conviction viscérale : celle de son engagement pour construire un monde d'équilibre, un monde responsable.



P.4 Avoir un autre regard VISION

P.7
ÉDITO
de Thierry de La Tour d'Artaise,
Président du Groupe SEB

P.8
RENCONTRE
avec Stanislas de Gramont,
Directeur Général du Groupe SEB

P.10
GOVERNANCE

P.12
UNE ACTIVITÉ DYNAMIQUE
soutenue par des marques
stratégiques

P.14
UN MODÈLE D'AFFAIRES
solide et résilient

P.16 EXPLORER DE NOUVEAUX HORIZONS AMBITION

P.18
LA COCOTTE-MINUTE®
fête ses 70 ans

P.20
LES ACQUISITIONS
du Groupe en 2023

P.22
LE CAFÉ PROFESSIONNEL
en pleine ascension

P.24
L'INNOVATION
au cœur du modèle du Groupe



P.26 REPIENSER LE MONDE ENTRE ENGAGEMENT & EXCELLENCE

P.28
RSE
Bilan du programme 2018-2023

P.32
L'EXCELLENCE INDUSTRIELLE
moteur du Groupe

P.34
LA SUPPLY CHAIN
modèle digitalisé et durable

P.36
LES SOLIDARITÉS
au cœur de la culture du Groupe

P.38
SEB ALLIANCE
investit dans des start-up innovantes

P.39 PERFORMANCE

P.39
RÉPARTITION
du capital et des droits de vote

P.40
**PERFORMANCE
FINANCIÈRE**

P.42
**PERFORMANCE
EXTRA-FINANCIÈRE**

P.43
**PERFORMANCE
DES PARTIES PRENANTES**

P.44
**PERFORMANCE
BOURSIÈRE**

LE GROUPE SEB EN 2023

Chiffre d'affaires

8 006 M€

+ 5,3 % à tcpc*

ROPA

726 M€

Résultat net

386 M€

Investissements
innovation

298 M€

Présent dans
près de

150 PAYS

Marques

35

Produits
commercialisés

350 M

Produits vendus chaque
seconde dans le monde

11

Nombre de sites
industriels

41

Magasins

1 200

Collaborateurs

+ DE **30 000**

+ DE **90%**

de produits de Petit électroménager estampillés
« 15 ans réparable au juste prix »**



AMÉRIQUE DU NORD ET DU SUD

1 113 M€

ventes grand public (+ 1,4 %*)

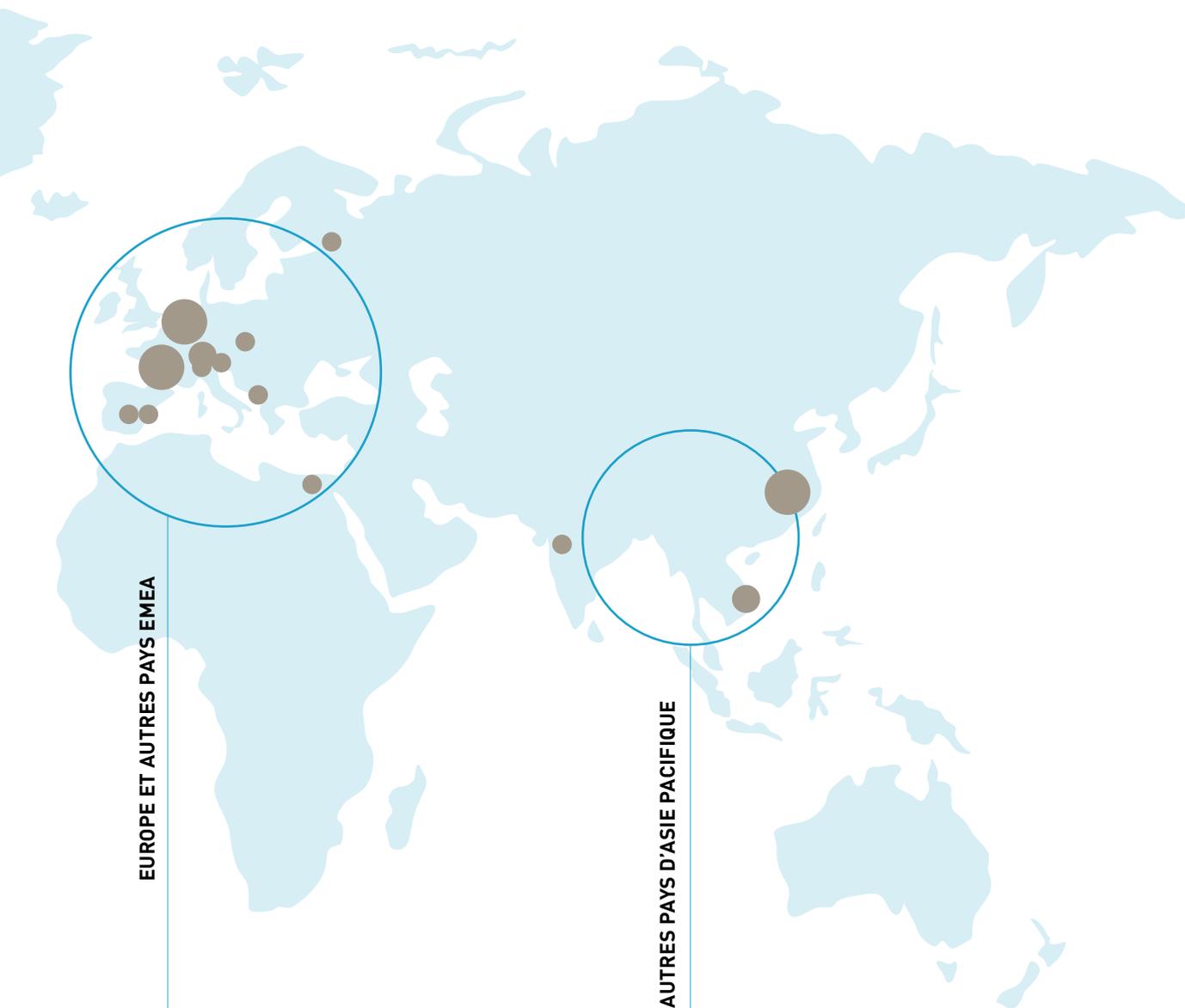
6 sites industriels

+ de **2 700 salariés**
dont 900 pour la production**

40 magasins

* Taux de change et périmètre constants

** Tefal, Rowenta, Moulinex, Krups et WMF en Europe, Asie, Moyen-Orient et Afrique, ainsi que sur les produits Seb et Calor en France et Belgique.



EUROPE ET AUTRES PAYS EMEA

3 475 M€

ventes grand public (+ 6,6 %*)

25 sites industriels

dont 11 en France

+ de **16 000 salariés**

dont + de 3 000
pour la production**

529 magasins

CHINE ET AUTRES PAYS D'ASIE PACIFIQUE

2 457 M€

ventes grand public (- 0,6 %*)

10 sites industriels

+ de **12 000 salariés**

dont + de 6 500
pour la production**

642 magasins

* Taux de change et périmètre constants

** Main d'œuvre directe uniquement (CDI/CDD/alternants)

Ces chiffres n'incluent pas les sociétés Pacojet, La San Marco et Forge Adour ; en cours d'intégration.



AVOIR UN AUTRE REGARD

vision



P.7

ÉDITO

de Thierry de La Tour d'Artaise,
Président du Groupe SEB

P.8

RENCONTRE

avec Stanislas de Gramont,
Directeur Général du Groupe SEB

P.10

GOUVERNANCE

P.12

UNE ACTIVITÉ DYNAMIQUE

soutenue par des marques
stratégiques

P.14

UN MODÈLE D'AFFAIRES

solide et résilient





« L'ANNÉE 2023 A PERMIS AU GROUPE SEB DE RETROUVER UNE PERFORMANCE SOLIDE ET UNE DYNAMIQUE BEAUCOUP PLUS CONFORME À SES STANDARDS HISTORIQUES. »

THIERRY DE LA TOUR D'ARTAISE, PRÉSIDENT DU GROUPE SEB

L'année 2023 a permis au Groupe SEB de retrouver une performance solide et une dynamique beaucoup plus conforme à ses standards historiques, après trois années très mouvementées. Mais la traversée de cette période ne s'est pas faite sans défis à relever !

L'industrie est malheureusement un secteur qui attire de moins en moins de talents alors que c'est un fantastique terrain de jeu pour l'innovation, étant à l'origine de nombreux produits et technologies qui améliorent directement la qualité de vie au quotidien. Les métiers sont, par ailleurs, très divers. Il y a la production, mais aussi les achats, l'approvisionnement, la logistique, le développement produit... C'est aussi un formidable moteur de la transition écologique et énergétique, en investissant dans des technologies plus propres et durables. La décarbonation se fera par et avec l'industrie !

Pour toutes ces raisons, j'invite et encourage la jeune génération à répondre à ces nouveaux challenges pour imaginer, concevoir et produire les innovations de demain !

Les normes aussi sont de plus en plus nombreuses et différentes sur l'ensemble des marchés sur lesquels le Groupe est implanté. L'accélération de ces contraintes rend difficile la conduite des affaires et la compétitivité globale de l'entreprise. Oui aux normes qui prévoient l'avenir mais non à l'inflation normative qui fragilise le secteur industriel, qui a besoin d'être profitable pour innover durablement. Le Groupe SEB a toujours placé la santé de ses consommateurs et de ses salariés au premier plan, et cela en s'appuyant sur des données scientifiques et en prenant en compte les conséquences sociétales et industrielles dans leur totalité. Nous serons toujours prêts à défendre notre savoir-faire !

2023 clôture aussi notre ambition RSE « Agir pour un quotidien plus durable », lancée en 2018, dont le bilan est plus que positif avec un taux global de réalisation de 119 % sur l'ensemble des quatre piliers : Respect des personnes, Innovation durable, Révolution circulaire et Agir pour le climat. En capitalisant sur ses valeurs, ses points forts historiques et ses actions pionnières, le Groupe a démontré la capacité de son organisation à expérimenter, innover, s'opérationnaliser, monter en puissance et en compétences pour délivrer ce bilan.

Toujours tourné vers le futur, le Groupe SEB a attaqué cette année 2024 avec toujours plus de conviction sur la solidité de son modèle mais aussi sur la pertinence des innovations proposées pour faciliter et embellir la vie quotidienne des consommateurs et contribuer au mieux-vivre, partout dans le monde.

RENCONTRE AVEC

A portrait of Stanislas de Gramont, a middle-aged man with a receding hairline, wearing a dark grey suit jacket over a white button-down shirt and a dark belt. He is standing in a modern interior with a glass railing in the foreground. The background is a dark, vertically-paneled wall.

**STANISLAS DE GRAMONT,
DIRECTEUR GÉNÉRAL
DU GROUPE SEB**

Comment évaluer les performances de l'année 2023 ?

Le Groupe SEB tire son épingle du jeu et a réalisé de belles performances en 2023 dans un contexte économique incontestablement peu porteur. Nous avons retrouvé une bonne dynamique en Grand public et réaffirmé notre leadership mondial grâce à une stratégie d'innovation produit intensive et déployée efficacement.

Une étape a été franchie en repassant la barre des 8 milliards d'euros de ventes annuelles, en hausse de 5,3 % à taux de change et périmètre constants (tccp). L'activité Grand public a atteint 7 045 millions d'euros, en hausse de 3,2 % à tccp par rapport à 2022 grâce à une croissance dans toutes les zones géographiques. L'activité Professionnel a continué sur la lancée de 2022 en surperformant en 2023 pour s'établir à 962 millions d'euros, en progression de 26,5 % à tccp, et représentant maintenant 12 % des ventes annuelles du Groupe SEB.

Je le dis souvent, cette situation nous rappelle à quel point notre modèle est solide et notre vision juste.

Les objectifs sont-ils maintenus ?

Les deux derniers trimestres de 2023 ont dessiné une nouvelle trajectoire. Ils ont marqué une reprise nette de la croissance, qui continue de se confirmer aujourd'hui. La dynamique des ventes, l'amélioration continue de la marge brute et une gestion disciplinée de l'ensemble des coûts ont permis au Groupe de dépasser son objectif initial de croissance du résultat opérationnel. Nous terminons l'exercice avec un bilan et une structure financière renforcés. Nous réaffirmons donc nos ambitions à moyen terme d'une croissance organique annuelle moyenne des ventes d'au moins 5 % et d'une marge opérationnelle en progression vers 11 %. Pour 2024, nous confirmons notre objectif de délivrer une marge opérationnelle proche de 10 %.

Nous restons aussi prudents que confiants pour la suite.

Le marché du Professionnel est un fort levier de croissance pour le Groupe. Quelles sont les perspectives à moyen terme ?

C'est certainement le plus grand tournant que le Groupe ait pris ces dernières années : notre stratégie pour développer le marché Professionnel se confirme de mois en mois. L'année 2023 a été une année record sur ce segment, et le quatrième trimestre excellent. Ce qui est un très bon indicateur

pour la suite. C'est un booster de croissance pour l'ensemble du Groupe. La Chine et les États-Unis sont les régions où cette performance est la plus notable. Par ailleurs, le développement continu des services et de leur composante digitale renforce l'attractivité de l'offre du Groupe et contribue à la forte croissance du chiffre d'affaires. Le café représente 90 % de nos revenus pour l'activité Professionnel mais nous nous diversifions de plus en plus, notamment avec une présence renforcée dans les cuisines professionnelles depuis l'acquisition de Pacojet et d'autres acquisitions à venir.

En 2024, nous continuerons à investir pour développer ce marché afin de soutenir notre ambition stratégique à long terme.

Quelles sont les ambitions pour le marché du Grand public ?

Le Grand public est notre marché historique et nous ne l'oublions pas ! Les usages évoluent et notre offre aussi. Nous devons faire preuve d'énormément d'agilité pour répondre à tous les enjeux de ce marché, tant en termes d'accessibilité que de durabilité. Nous signons une croissance dans toutes les zones géographiques, et dans un marché du Petit équipement domestique globalement résilient, notamment grâce à une exécution commerciale efficace. La croissance a été principalement tirée par le soin du linge, les aspirateurs versatiles, les ventilateurs, les friteuses sans huile, les cuiseurs à riz, les bouilloires, les machines à café automatiques et les articles culinaires (en particulier la gamme Ingenio).

Nous redoublons d'efforts pour poursuivre cette belle dynamique en 2024.

La culture industrielle a toujours été très forte au sein du Groupe. De nouveaux investissements ont-ils été réalisés en 2023 ?

La France et l'Europe ont besoin d'une meilleure compétitivité et souveraineté sur le plan industriel. Le Groupe s'est toujours positionné en chef de file de ce combat. Nous avons fait des choix décisifs ces dernières années pour rappeler cette mission qui est la nôtre. Au sein du Groupe, nous avons la chance de jouir d'une formidable expertise industrielle qui nous donne cette légitimité. Aujourd'hui, nos investissements sont importants, nécessaires et concernent l'ensemble de nos 41 sites industriels dans le monde. Ces investissements concernent autant la transition écologique, avec notamment une recherche constante d'efficacité énergétique, qu'une meilleure qualité de vie au travail.

En 2023, vous êtes allé à la rencontre des équipes sur le terrain, en parcourant les pays et les sites du Groupe. Quelles leçons en tirez-vous ?

J'ai effectivement cette habitude de travailler avec toutes nos équipes, partout dans le monde. Cela me permet de prendre le pouls de notre collectif et d'identifier aussi bien nos freins que nos opportunités. C'est une tradition que je continuerai à perpétuer tant j'en ressens les bénéfices au quotidien. Cette proximité me donne une lecture très claire du Groupe, et me permet de nouer des relations fortes avec tous ceux qui œuvrent pour sa réussite. De plus, en cette période d'incertitudes, notre performance puise sa force dans l'alignement de tous nos collaborateurs. Et sur le terrain, j'ai pu le constater !

« Agir pour un quotidien plus durable », l'ambition RSE 2018-2023, est arrivée à son terme, qu'en est-il de la nouvelle feuille de route ?

Nous avons en effet mis en place une stratégie ambitieuse en 2018 et avons mis les moyens pour atteindre tout ou partie des objectifs fixés à fin 2023. Sur le champ de l'engagement, je crois beaucoup à l'amélioration continue. Nous devons continuer à progresser et nous avons une formidable équipe qui porte ces sujets à bras-le-corps. Nous finalisons actuellement l'écriture de notre nouvelle feuille de route, avec un seul objectif : être exemplaire.

« LE GROUPE SEB TIRE SON ÉPINGLE DU JEU ET A RÉALISÉ DE BELLES PERFORMANCES EN 2023, RAPPELANT À QUEL POINT NOTRE MODÈLE EST SOLIDE ET NOTRE VISION JUSTE. »

UNE GOUVERNANCE GARANTE DE LA PERFORMANCE ET DES ENGAGEMENTS DU GROUPE

14 membres

COMITÉ EXÉCUTIF AU 01/04/2024



STANISLAS DE GRAMONT
Directeur Général



CYRIL BUXTORF
Directeur Général Adjoint
Produits et Innovation



OLIVIER CASANOVA
Directeur Général Adjoint
Finances



RICHARD LELIÈVRE
Directeur Général Adjoint
Industrie



CATHY PIANON
Directrice Générale Adjointe
Affaires Publiques & Communication
Directrice du cabinet du Président



DELPHINE SEGURA VAYLET
Directrice Générale Adjointe
Ressources Humaines



JOHN CHEUNG
Directeur Général
Supor



BERND LAUDAHN
Directeur Général
Grande Europe



PIERRE-ARMAND LEMOINE
Directeur Général
Articles Culinaires



OLIVIER NACCACHE
Directeur Général
Marchés émergents,
Asie et Pacifique



OGUZHAN OLMEZ
Directeur Général
Amérique du Nord



VINCENT ROULLIER
Directeur Général
Innovation



PHILIPPE SUMEIRE
Directeur Général Juridique
Secrétaire du Conseil d'administration



MARTIN ZOUHAR
Directeur Général
Machines à café professionnelles
et Hôtel

COMITÉ DE DIRECTION GÉNÉRALE

En charge de l'exécution de la stratégie arrêtée par le Conseil d'administration, le Comité de Direction Générale (CDG) définit les grandes orientations du Groupe.

COMITÉ EXÉCUTIF

Le Comité exécutif (COMEX) assure la mise en œuvre des politiques définies par le CDG, globalement et dans leurs périmètres respectifs.

- Membre du Comité audit et conformité
- Administrateurs familiaux
- Membre du Comité gouvernance et rémunérations
- Administrateurs indépendants
- Membre du Comité stratégique et RSE
- Administrateurs salariés

14 membres
 1/3 d'administrateurs indépendants
 45 % de femmes
 7 réunions en 2023
 96,5 % de taux d'assiduité

CONSEIL D'ADMINISTRATION AU 01/03/2024



THIERRY DE LA TOUR D'ARTAISE
Président



NORA BEY
Administratrice représentant les salariés



BPIFRANCE INVESTISSEMENT
Administrateur indépendant
GUILLAUME MORTELIER
Représentant permanent de Bpifrance Investissement



YSEULYS COSTES
Administratrice indépendante



JEAN-PIERRE DUPRIEU
Administrateur indépendant



FONDS STRATÉGIQUE DE PARTICIPATIONS (FSP)
Administrateur indépendant
CATHERINE POURRE
Représentante permanente du FSP



BRIGITTE FORESTIER
Administratrice représentant les salariés actionnaires



WILLIAM GAIRARD
Administrateur, membre du Groupe Fondateur, adhérent à VENELLE INVESTISSEMENT



GÉNÉRACTION
Administrateur, membre du Groupe Fondateur
CAROLINE CHEVALLEY
Représentante permanente de GÉNÉRACTION



LAURENT HENRY
Administrateur représentant les salariés



JÉRÔME LESCURE
Administrateur, membre du Groupe Fondateur, adhérent à VENELLE INVESTISSEMENT



THIERRY LESCURE
Administrateur, membre du Groupe Fondateur, adhérent à GÉNÉRACTION



AUDE DE VASSART
Administratrice, membre du Groupe Fondateur, adhérent à VENELLE INVESTISSEMENT



VENELLE INVESTISSEMENT
Administrateur, membre du Groupe Fondateur
DAMARYS BRAIDA
Représentante permanente de VENELLE INVESTISSEMENT

COMITÉ AUDIT ET CONFORMITÉ

CE COMITÉ S'EST RÉUNI 5X EN 2023
 AVEC UN TAUX DE PARTICIPATION DE 100 %

Ce Comité identifie, traite et évalue les principaux risques encourus par le Groupe. Il intervient également sur la pertinence des méthodes comptables utilisées pour arrêter les comptes annuels et semestriels. Le Comité évalue les systèmes de contrôle interne du Groupe et examine les plans d'interventions et d'actions dans le domaine de l'audit interne et leurs résultats. Enfin, le Comité audit et conformité participe à la préparation du choix du collège des Commissaires aux comptes et veille à leur indépendance.

COMITÉ GOUVERNANCE ET RÉMUNÉRATIONS

CE COMITÉ S'EST RÉUNI 6X EN 2023
 AVEC UN TAUX DE PARTICIPATION DE 100 %

Ce Comité fait des recommandations sur la composition du Conseil d'administration, la nomination ou le renouvellement des administrateurs, l'organisation et les structures du Groupe. Il assure le suivi des plans de succession et propose la politique de rémunération des mandataires sociaux et des principaux cadres dirigeants ainsi que la mise en place et les modalités de plan d'achat d'actions et d'actions gratuites.

COMITÉ STRATÉGIQUE ET RSE

CE COMITÉ S'EST RÉUNI 3X EN 2023
 AVEC UN TAUX DE PARTICIPATION DE 100 %

Ce Comité examine et formule des recommandations sur les orientations stratégiques élaborées par le management, sur la veille concurrentielle et les projets de croissance externe, ainsi que la politique RSE du Groupe, incluant la définition des objectifs et engagements, la mesure des progrès accomplis et la mise en place des outils de mesure de la performance extra-financière correspondants.

UNE ACTIVITÉ DYNAMIQUE

SOUTENUE PAR DES MARQUES STRATÉGIQUES

Tandis que l'activité Grand public poursuit sa dynamique, le segment Professionnel connaît une ascension spectaculaire. Grâce à la diversité de son offre et au savoir-faire reconnu de ses marques, le Groupe est numéro 1 de multiples catégories de produits et dans de nombreuses zones géographiques.

Notre marché Professionnel

ESTIMÉ À

15 milliards €

- Croissance rapide (5-10 % par an)
- Fortes barrières à l'entrée
- Récurrence des revenus liés aux services
- Diversité des clients

MARQUES PROFESSIONNELLES

• BOISSONS FROIDES OU CHAUDES

Curtis

SM

WMF

**schaerer
zummo**

• ÉQUIPEMENTS CULINAIRES

Krampouz

pacojet

HEPP

BOISSONS FROIDES OU CHAUDES



ÉQUIPEMENTS CULINAIRES



Notre marché Grand public

ESTIMÉ À

75 milliards €

- 50 MDS€ PETIT ÉLECTROMÉNAGER
- 25 MDS€ ARTICLES CULINAIRES

- Croissance structurelle (> 3 % par an)
- Distribution multicanale
- Marché fragmenté

MARQUES GRAND PUBLIC

• CŒUR DE GAMME

Mondiales

KRUPS **Tefal**

Rowenta

Moulinex **Tfal**

Régionales

ARNO **clock**

ASIA **emsa** **calor**

IMUSA **SEB** **Rochedo**

DASH

ORIGINAL KAISER

MAHARAJA WHITELINE

samurai

PANEX

SUPOR

Zahran

OBH NORDICA

umco

MIRRO

WearEver

• PREMIUM

Krampouz

Lagostina

Silit

All-Clad METALCRAFTERS

FORGE ADOUR

WMF

CUISSON ÉLECTRIQUE



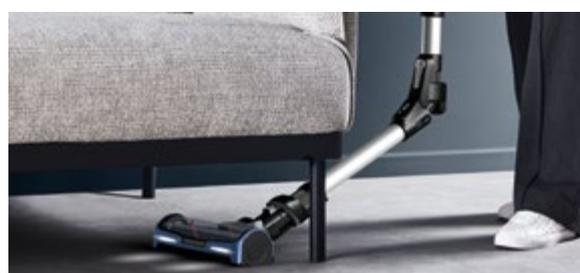
PRÉPARATION DES ALIMENTS ET DES BOISSONS



ARTICLES CULINAIRES



CONFORT DOMESTIQUE



ENTRETIEN DE LA MAISON

SOIN DU LINGE



SOIN DE LA PERSONNE



UN MODÈLE D'AFFAIRES

SOLIDE ET RÉSILIENT

Le Groupe SEB est animé par les valeurs profondes léguées par ses fondateurs, attaché à respecter une philosophie d'entreprise fondée sur le sens de la responsabilité, la solidarité et l'engagement.

NOS RESSOURCES

DES HOMMES ET DES FEMMES ENGAGÉS

- > 31 000 collaborateurs
- 115 nationalités
- Managers : 14 ans d'ancienneté en moyenne ; 42 % de femmes
- 6 500 collaborateurs en vente et marketing

L'INNOVATION AU CŒUR DU GROUPE

- ~3 000 collaborateurs
- 6 centres d'excellence
- 6 hubs régionaux
- ~300 M€ investis
- > 10 000 brevets actifs (439 déposés en 2023)

L'OUTIL INDUSTRIEL

- 41 sites de production dont 6 dédiés aux produits professionnels
- ~ 240 M de produits fabriqués/an
- 100 % des sites certifiés ISO 14001

DES MARQUES FORTES

- 35 marques dans 150 pays
- Tefal, 15^e marque préférée des Français (sur 1 300)

UN SOCLE FINANCIER SOLIDE

- Stabilité actionnariale
- Fonds propres de 3,5 Mds€
- Liquidité disponible de 2,5 Mds€⁽¹⁾

NOTRE FORMULE DE CRÉATION DE VALEUR

NOTRE AMBITION STRATÉGIQUE

- Renforcer notre position de leader mondial en Petit équipement domestique

NOS FACTEURS CLÉS DE SUCCÈS

MARQUES FORTES

- Portefeuille puissant de marques complémentaires, globales et locales
- 2 marques > 2 Mds€ de chiffre d'affaires

PRÉSENCE MONDIALE

- Présence dans 150 pays, équilibrée entre pays matures et pays émergents
- Expansion géographique par croissance organique et externe

INNOVATION CONTINUE

- Dynamique nourrie par l'innovation continue
- Approche fondamentalement centrée sur la vie du consommateur

UN SAVOIR-FAIRE ÉPROUVÉ EN CROISSANCE EXTERNE

Des acquisitions structurantes ou ciblées qui ont contribué au développement du Groupe

PIONNIER EN RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE ET ENVIRONNEMENTALE

Les enjeux RSE au cœur de la stratégie du Groupe

LES VALEURS DU GROUPE

Volonté d'entreprendre Passion pour l'innovation
Respect de la personne

(1) Dont lignes de crédit non tirées
(2) Hors Professionnel et accessoires
(3) Proposé à l'AG 2024

Notre mission

Faciliter et embellir la vie quotidienne des consommateurs et contribuer au mieux-vivre, partout dans le monde.

- Devenir un acteur de référence dans Le Professionnel

LARGE PORTEFEUILLE PRODUITS

- 50 catégories de produits grand public
- Synergies entre différentes familles de produits

EXÉCUTION COMMERCIALE PUISSANTE

- Distribution multi-canal : 60 % *offline*, 40 % *online*
- DTC : 1 200 points de vente physiques et 100 points de vente *online* (hors Chine)

INDUSTRIE COMPÉTITIVE

- 60 % de la production réalisée en interne : **agilité et flexibilité**
- **Maîtrise et savoir-faire technologiques** spécifiques

- Complémentarité géographique, produits et métiers
- Capacité à mobiliser les ressources financières et humaines nécessaires
- Expertise dans l'intégration

- Précurseur dans la réparabilité depuis 2008
- L'éco-conception au cœur du développement produit
- Engagement dans les territoires ancré dans l'ADN du Groupe
- Objectif de contribuer à la neutralité carbone planétaire d'ici à 2050

Professionnalisme

Esprit de groupe

VALEUR CRÉÉE ET PARTAGÉE

POUR LES COLLABORATEURS

- 18 heures de formation en moyenne/an par collaborateur depuis 3 ans
- 5^e meilleur employeur de France (catégorie équipement électrique)
- 66 % des alternants ou stagiaires embauchés (postes cadres)

POUR LES CLIENTS

- > 350 M de produits vendus/an en moyenne depuis 5 ans⁽²⁾
- 2,5 Mds€ de ventes générées par des produits lancés depuis 2021
- > 75 % des ventes réalisées sur des marchés où le Groupe est leader

POUR LA PLANÈTE ET LA SOCIÉTÉ

- 48 % de matières recyclées dans nos achats en 2023
- - 40 % d'émissions CO₂ eq. par produit depuis 2016 (scopes 1 et 2)
- 91 % de nos produits grand public sont réparables pendant 15 ans

POUR LES FOURNISSEURS

- ~ 74 % des achats couverts par la Charte des achats responsables
- 36 fournisseurs → Label AA Intertek

POUR LES ACTIONNAIRES

- ROPA : 726 M€
- Résultat net part du Groupe : 386 M€
- Free cash-flow : 805 M€
- Dividende 2023 : 2,62 €⁽³⁾ (+ 8 % par an depuis 15 ans)



EXPLORER DE NOUVEAUX HORIZONS

ambition

P.18
LA COCOTTE-MINUTE®
fête ses 70 ans

P.20
LES ACQUISITIONS
du Groupe en 2023

P.22
LE CAFÉ PROFESSIONNEL
en pleine ascension

P.24
L'INNOVATION
au cœur du modèle du Groupe

70 ANS

DE LA COCOTTE-MINUTE®

UNE ICÔNE INOXYDABLE

En 2023, le Groupe SEB a célébré le 70^e anniversaire de la Cocotte-Minute®, véritable icône culinaire symbole d'innovation, de design et d'internationalisation. Depuis 70 ans, la Cocotte-Minute® n'a cessé d'être réinventée avec un objectif : faciliter et embellir la vie quotidienne des consommateurs et contribuer au mieux vivre, partout dans le monde ; elle a ainsi su évoluer pour s'adapter aux tendances, allant même jusqu'à les créer pour s'imposer dans les foyers !



« 70 ANS ET TOUJOURS
EN AVANCE SUR SON TEMPS »

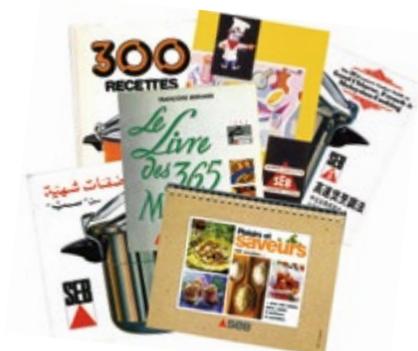
RÉVOLUTIONNER LES CUISINES

C'est en 1953 à Selongey que naît la Super Cocotte SEB, premier modèle de la Cocotte-Minute®. Premier autocuiseur fabriqué grâce à un savoir-faire industriel unique : l'emboutissage, qui donnera plus tard le nom à la Société d'Emboutissage de Bourgogne. En France, l'autocuiseur propose à la société de l'époque une nouvelle manière de cuisiner, plus rapide et plus économique. Avec la Super Cocotte, les temps de cuisson sont divisés par quatre, réduisant ainsi considérablement le temps passé en cuisine et la consommation d'énergie. C'est également un produit hautement fonctionnel et sécurisé : couvercle à étrier, mécanisme de soupape tournante, cuve légère en aluminium embouti... La Super Cocotte a conquis plusieurs générations de consommateurs. Un succès tel que, 45 ans plus tard, sa version modernisée « Authentique » envahit le marché.

C'est aussi dans les années 50 que la marque se lance dans une stratégie marketing multicanale d'une nouvelle ère pour promouvoir ses Super Cocotte : livres de recettes, publicités dans la presse écrite et par voie d'affichage, véhicules publicitaires, bandes dessinées, chroniques culinaires à la radio ou encore apparitions sur le petit écran !



Cocotte-Minute® est une marque enregistrée depuis 1948, propriété du Groupe SEB. Cocotte-Minute® n'est donc pas synonyme d'autocuiseur.



DU GESTE SIMPLIFIÉ AU DESIGN INNOVANT

Dès 1971, son design dans l'air du temps fait parler de lui lorsqu'elle se pare de couleurs, puis de fleurs. De modèle en modèle, la Cocotte-Minute® ne cesse de se perfectionner et d'anticiper les besoins de la société. Désormais en inox, elle s'allège et son utilisation se simplifie davantage. En 1987, l'arrivée sur le marché de l'ultracuisseur Sensor marque un tournant dans l'expérience consommateur grâce à son système d'ouverture et de fermeture à baïonnette (par rotation). Sept ans plus tard, une nouvelle gamme révolutionnaire est lancée : la Clipso. Une Cocotte-Minute® qui s'ouvre et se ferme à une main, en un clic, grâce à un bouton-poussoir. Un bond en avant inédit dans le monde de l'équipement culinaire !



LA COCOTTE-MINUTE® EN CHIFFRES

- + de 75 millions d'exemplaires
- Vendue dans 90 pays
- + de 150 brevets déposés
- 55 000 tests effectués pour le développement d'un nouveau modèle
- 7 500 cycles sous pression réalisés, soit 30 ans d'utilisation

LA COCOTTE-MINUTE® DU 21^E SIÈCLE : TOUJOURS PLUS SIMPLE, PLUS BELLE ET PLUS RESPONSABLE

Les années 2000 réitèrent l'engagement du Groupe SEB pour une cuisine saine et gourmande, à l'instar de la Cocotte-Minute® Nutricook qui propose des programmes de cuisson permettant de préserver le maximum de qualités nutritionnelles et gustatives des aliments.

La marque lance en 2020 la ClipsoMinut® Eco Respect, une offre unique sur le marché ! Éco-conçue, recyclable à 90 % et fabriquée à partir d'acier inoxydable recyclé à 80 %, cette Cocotte-Minute® durable bénéficie d'un système innovant avec arche qui se soulève et se rabat en toute simplicité. En 2022, c'est un autocuisseur doté d'un assistant de cuisson intelligent qui fait son apparition dans les foyers : la Clipso Now+. Quant à la dernière née de la gamme en 2023, ce n'est autre que la Clipso Tempo : une innovation aux fonctionnalités 4 en 1 : cuisson pression, lente, au four sans couvercle, et service à table grâce à son design élégant. Comme toutes les Cocottes depuis 1953, elle

scelle la volonté d'atteindre l'excellence et d'incarner des produits d'avant-garde autant en termes de qualité que d'impact environnemental.



UN SYMBOLE DU MADE IN FRANCE

Le site industriel de Selongey, berceau historique de la Super Cocotte et du Groupe SEB, est spécialisé dans l'emboutissage de pièces en inox. Au fil des ans, il est devenu une véritable icône du *made in France* jusqu'à recevoir la certification « Origine France Garantie » en 2018, en reconnaissance de son savoir-faire français.

SELONGEY AUJOURD'HUI :

- Centre d'Excellence mondial de l'autocuisseur
- Centre d'Expertise pour l'inox
- + de 350 collaborateurs dont 30 au bureau d'études
- L'usine est au cœur du village et s'étend sur 700 mètres de long

PLONGEZ DANS L'UNIVERS DE LA COCOTTE-MINUTE® !



PODCAST

Un podcast qui retrace l'histoire, les secrets et la fabrication de cette invention révolutionnaire.



MINI-SÉRIE

Un format vidéo mettant en avant les femmes et les hommes qui travaillent au quotidien à la conception, au développement et à la fabrication de la Cocotte-Minute® sur le site de Selongey.

Ces deux formats sont disponibles en français et en anglais.

SELONGEY EN FÊTE POUR CÉLÉBRER LA COCOTTE-MINUTE®



Le 20 octobre 2023, à l'occasion de l'anniversaire des 70 ans de la Cocotte-Minute®, Christophe Béchu, ministre de la Transition écologique et de la Cohésion des territoires, et Roland Lescure, ministre délégué chargé de l'Industrie, ont visité l'usine de Selongey aux côtés de nombreuses personnalités locales. Fer de lance des produits durables, la Cocotte-Minute® les a inspirés pour des annonces nationales en faveur de la réparabilité. Un moment festif et convivial avec l'ensemble des salariés du site industriel de Selongey et autour de membres de la famille fondatrice.

DES ACQUISITIONS

POUR S'OUVRIRE À DE NOUVELLES PERSPECTIVES

En 2023, le Groupe SEB a poursuivi sa stratégie d'acquisition et a accueilli trois nouvelles sociétés référentes dans leur secteur d'activité : Forge Adour, La San Marco et Pacojet. Avec la marque premium Forge Adour, le Groupe enrichit sa gamme *outdoor*. Quant à La San Marco et Pacojet, elles viennent renforcer sa position dans le secteur professionnel, en complétant d'un côté l'offre de Café professionnel et en ouvrant de l'autre à un savoir-faire mondialement reconnu à destination des restaurants. Ces trois acquisitions majeures s'inscrivent dans une logique de développement et de synergies engagées par le Groupe SEB sur des marchés porteurs.

FORGE ADOUR : L'EXPERT DE LA CUISINE D'EXTÉRIEUR

Forge Adour, entreprise familiale française spécialisée dans la conception, la fabrication et la commercialisation de planchas en fonte émaillée, permet au Groupe SEB de devenir leader européen de la plancha et d'enrichir sa gamme *outdoor* aux côtés de la marque bretonne Krampouz et ses planchas en inox.

Forge Adour propose des planchas en fonte émaillée avec un revêtement éco-conçu constitué de trois couches sans solvants sur tous les éléments en acier et labellisé Smart Certified, catégorie Platinum. Ce procédé garantit une meilleure résistance à la corrosion, aux ultraviolets et aux chocs. Son offre riche et diversifiée est composée de cinq différentes gammes de planchas (électriques et au gaz) mais aussi d'accessoires (chariots, cuisines, capots, housses) et de cheminées et poêles, à destination du marché grand public.

Avec son implantation historique dans le sud-ouest français, à Bayonne, et son site industriel situé sur les terres natales de la famille à Villafranca de los Barros, en Espagne, Forge Adour connaît un beau développement en France et en Espagne. L'acquisition par le Groupe SEB va notamment permettre de créer des synergies de distribution et développer ainsi les ventes partout dans le monde.



FORGE ADOUR

FORGE ADOUR, EN BREF :

- 140 collaborateurs
- 25 M€ de chiffre d'affaires en 2022 dont 85 % réalisé en France
- 6 magasins



LA SAN MARCO : L'ICÔNE ITALIENNE DES MACHINES EXPRESSO TRADITIONNELLES

La San Marco, référence des machines à espresso traditionnelles italiennes, vient étendre l'offre Café professionnel du Groupe SEB, déjà leader sur ce segment avec les machines automatiques (WMF et Schaerer) et le café filtre (Wilbur Curtis).

Basée à Gradisca d'Isonzo, au nord-est de l'Italie, La San Marco est une entreprise italienne centenaire, spécialisée dans les machines à café à leviers et les broyeurs. À l'instar du Groupe SEB, la marque allie savoir-faire ancestral, innovation et design iconique. Parmi les 21 brevets détenus par la marque se trouve notamment la technologie LEVA, un dispositif qui assure une vitesse de remontée maîtrisée des leviers afin de garantir une parfaite sécurité des machines.

Avec la moitié de ses ventes réalisées à l'export, le Groupe SEB entend continuer de développer la distribution des machines La San Marco dans le monde, notamment auprès des établissements haut de gamme.



LA SAN MARCO, EN BREF :

- 90 employés
- 19,7 M€ de chiffre d'affaires en 2022
- Présence dans plus de 120 pays



PACOJET : UNE NOUVELLE PLACE DANS LA CUISINE DES CHEFS

Pacojet, marque suisse créée en 1992, développe et commercialise une gamme d'émulsionneurs professionnels et propulse le Groupe SEB dans l'univers de la cuisine professionnelle. Plébiscités par les plus grands chefs à travers le monde depuis plus de trente ans, les appareils culinaires révolutionnaires de Pacojet sont de véritables bijoux technologiques permettant de réaliser glaces, sorbets, sauces, mousses, farces ou purées, en 90 secondes seulement.

L'expertise de Pacojet repose sur une technologie brevetée unique, dont il est le pionnier : le pacassage®, soit l'action de broyer des aliments surgelés pour les réduire en une mousse à la texture ultrafine, tout en rehaussant les saveurs. Entre simplicité d'utilisation, rapidité et qualité d'exécution, et technologie durable anti-gaspillage, il n'en fallait pas plus pour séduire les plus grandes toques.

Le Groupe SEB entend étendre le rayonnement de la marque à l'ensemble du continent européen, en Amérique du Nord et en Asie, et n'exclut pas de réfléchir à des synergies pour le développement de produits grand public.



PACOJET, EN BREF :

- 30 collaborateurs
- 24 M€ de chiffre d'affaires en 2022
- Présence dans plus de 60 pays



L'ASCENSION DU CAFÉ PROFESSIONNEL

Depuis la fin du Covid, la consommation hors domicile du café connaît un vrai rebond. Le Groupe SEB est présent sur le segment du Café professionnel depuis 2016, avec le rachat des marques WMF et Schaerer, suivi de Wilbur Curtis (2019) et de La San Marco (2023). L'acquisition de ces marques stratégiques a permis au Groupe de monter en puissance dans ce secteur. Grâce à la culture d'innovation du Groupe, à l'étude des tendances et à son potentiel synergique, l'activité Professionnel a enregistré 962 millions d'euros de chiffre d'affaires, dont 90 % issu du Café professionnel. Une remarquable performance décryptée par Martin Zouhar, Directeur Général Machines à café professionnelles et Hôtel.



LE GROUPE SE DÉMARQUE PAR UN PORTEFEUILLE DE MARQUES STRATÉGIQUES

Avec WMF et Schaerer, leaders des machines à café automatiques, Wilbur Curtis, numéro 2 des machines à filtre dans le monde, et La San Marco, spécialisée dans le café traditionnel, nous bénéficions d'un portefeuille de quatre marques stratégiques qui couvrent l'ensemble des segments avec des technologies complémentaires pour apporter une solution tout-en-un. Dès lors, de nouvelles opportunités de croissance s'offrent à nous, grâce à une large gamme de prix et à la diversité des lieux d'utilisation : petits et grands bureaux, hôtels et restaurants, cafés, fast-foods, épiceries, espaces publics, ou encore bateaux de croisière.

Aujourd'hui, plus de la moitié des ventes totales est réalisée en dehors de l'Europe. Cette expansion est en grande partie due à notre force d'investissement sur l'ensemble de la chaîne de valeur : innovation, production, commercialisation et services associés.

LE MARCHÉ DU CAFÉ PROFESSIONNEL DEVIENT DE PLUS EN PLUS ATTRACTIF ET LUCRATIF

Le café frais suscite un réel engouement des consommateurs : on le consomme partout dans le monde, pour son goût, ses propriétés énergisantes... Une tendance en pleine accélération ! Mais plus qu'une simple boisson, le café est devenu le symbole d'une expérience gustative hors domicile particulièrement plébiscitée, comme le café frappé, en plein essor en Chine et aux États-Unis. Voilà pourquoi nous sommes en train de réinventer le café, à travers une vision *life-centric*, où l'expérience qu'il procure est clé !

Le potentiel de croissance mondiale du café frais hors domicile est énorme, notamment dans des régions culturellement tournées vers la consommation de thé. À Shanghai, la capitale du café, les chaînes de café pullulent et l'automatisation des machines y est en forte augmentation. On observe la même tendance dans le sud-est asiatique et en Inde. Quant au marché américain, un des plus consommateurs de café, il poursuit sa croissance avec des gammes de plus en plus automatisées. Enfin, en Europe, le marché se consolide et l'automatisation vient pallier la pénurie de main-d'œuvre.

En effet, ces machines à café automatiques offrent de nombreux avantages : rapidité d'exécution des recettes, saveurs garanties d'une tasse à l'autre (quel que soit le talent du *barista*), variété des fonctionnalités, solutions digitales qui simplifient et optimisent le temps de travail des employés, et enfin des machines de plus en plus durables.

LE CAFÉ PROFESSIONNEL EN CHIFFRES :

- + 50 % des ventes hors Europe
- 65 000 clients dans le monde
- 450 000 machines installées
- Leader dans 12 pays, dont les 3 premiers mondiaux : Allemagne, Chine et États-Unis
- N°1 dans la catégorie Full automatique (30 % de part de marché en 2023)
- 160 brevets actifs
- 5 usines

« Voilà sept ans que le Groupe SEB est présent sur le marché du Café professionnel et nous nous réjouissons des perspectives qui s'offrent à nous. Face à ce succès, nous avons l'ambition de devenir un acteur de référence dans le domaine du petit équipement professionnel. Une aventure pleine d'opportunités qui ne fait que commencer ! »

Martin Zouhar, Directeur Général Machines à café professionnelles et Hôtel, Groupe SEB



NOUS AVONS BÂTI UN PUISSANT MODÈLE DE CROISSANCE

Notre croissance repose sur trois piliers majeurs :

- une clientèle large et diversifiée dans le monde : nous fournissons 7 des 10 plus grandes chaînes de café (McDonald's, Tim Hortons, 7-Eleven, Luckin Coffee...) et nous avons de bonnes raisons de penser que cette dynamique va s'accélérer ;
- une bonne connaissance des clients : grâce aux machines connectées et aux retours collectés permettant d'orienter notre travail d'innovation afin de proposer les technologies et solutions digitales adéquates ;
- la personnalisation des contrats : pour répondre au(x) besoin(s) de chaque client en termes de produits et services mais aussi de service client unique, déployé à l'échelle mondiale.

Ce modèle de croissance nous invite à bâtir une offre complémentaire au sein même de l'activité Équipement professionnel, en l'étendant à des catégories adjacentes dans le domaine des boissons et de la cuisine. Nous sommes très heureux d'accueillir de nouvelles marques dans notre portefeuille : Zummo, Krampouz et Pacojet, pour n'en citer que quelques-unes.

FOURNISSEUR OFFICIEL DES PROS !

Le Groupe SEB devient « Partenaire global » de l'écosystème Sirha Food pour le cycle 2023-2025 en tant que fournisseur officiel d'articles culinaires pour deux événements gastronomiques majeurs :

- le Bocuse d'Or, compétition gastronomique professionnelle, pour la sélection française, les finales continentales Europe, Asie et Amériques ainsi que la grande finale à Lyon en 2025, avec sa marque All-Clad ;
- Sirha Omnivore, festival de la Jeune Cuisine contemporaine, avec sa marque Lagostina.



L'INNOVATION

AU CŒUR DU MODÈLE DU GROUPE SEB

C'est par l'innovation, valeur essentielle léguée par ses fondateurs, que le Groupe SEB a su grandir jusqu'à devenir le leader mondial du Petit équipement domestique et du Café professionnel. La stratégie d'innovation suit une démarche structurée de création de l'offre en lien avec la mission du Groupe de faciliter et embellir la vie quotidienne des consommateurs, partout dans le monde. Chaque produit et service accompagne les utilisateurs, tout au long de la journée et dans toutes les pièces de la maison... Une vision définitivement *life-centric*. Rencontre avec Cyril Buxtorf, Directeur Général Adjoint, Produits et Innovation.



L'INNOVATION, C'EST...

- 3 000 personnes
- 300 M€ d'investissement par an environ
- 500 brevets déposés tous les ans
- 10 000 brevets actifs

L'INNOVATION APPLIQUÉE À PLUS DE 50 CATÉGORIES DE PRODUITS ET AVEC UNE VISION LONG TERME

L'offre produits se réinvente en permanence dans chacune des plus de 50 catégories dans lesquelles le Groupe SEB est présent afin de suivre et de s'adapter aux habitudes des consommateurs. Le Groupe SEB est ainsi le 2^e acteur mondial sur la catégorie des blenders, largement déployée à travers le monde mais avec des usages différents d'une région à l'autre : jus de fruits, sauces, houmous ou guacamole, smoothies, soupes, glace pilée...

L'héritage de chaque marque et leur savoir-faire, technologique et industriel, sont des fondations solides pour innover et créer ainsi de véritables sagas de marques dans une démarche globale d'amélioration continue, de la Cocotte-Minute® à l'autocuiseur électrique par exemple.

« Une vision *life-centric*, une grande agilité et un vaste potentiel de synergies, grâce à notre implantation mondiale et la diversité de nos savoir-faire : voilà la recette de l'innovation du Groupe SEB ! »

Cyril Buxtorf, Directeur Général Adjoint, Produits et Innovation

UN PROCESSUS ÉPROUVÉ POUR DÉVELOPPER DE NOUVELLES INNOVATION

L'innovation repose sur une connaissance précise de nos consommateurs et de leurs besoins, que ce soit en lien avec les principales évolutions sociétales ou les évolutions des modes de vie, partout dans le monde. Grâce à notre vaste champ d'expertise technologique [automatisation, connectivité, matériaux...], nous pouvons répondre à leurs besoins actuels ou futurs en développant des innovations adaptées.

Nous travaillons également à construire des gammes innovantes complètes et cohérentes afin de répondre à tous les profils utilisateurs. En développant plusieurs variantes d'un même produit, nous pouvons ainsi proposer une montée en gamme, ou le rendre plus accessible en termes d'utilisation, ou mieux répondre à différentes cibles consommateurs.

UNE FORCE DE FRAPPE IMPORTANTE GRÂCE À DES EXPERTISES INTERNES

Les équipes pluridisciplinaires sont présentes sur deux pôles d'innovation mondiaux, l'un pour les Articles culinaires (Rumilly, FRA) et l'autre pour le Petit électroménager (Écully, FRA). Ce dernier est divisé en six pôles d'excellence couvrant l'ensemble des domaines de recherche dédiés à l'innovation : connaissance des consommateurs, science des aliments, électronique, ingénierie, matériaux et propriété intellectuelle. Des hubs régionaux implantés en Allemagne, aux États-Unis, en Chine et en Amérique du Sud viennent compléter le dispositif.

Cette présence mondiale et au plus proche des usines permet des synergies :

- entre les catégories : des articles culinaires à la semelle des fers à repasser ;
- et/ou entre les zones géographiques : la technologie brevetée Thermospot® de Tefal appliquée aux poêles Supor en Chine.

Les produits phares de 2023



EVIDENCE BY WILMOTTE

Modèle exclusif de machine à café à grains avec un design unique réalisé par Jean-Michel Wilmotte, architecte, urbaniste et designer à la renommée internationale. Pour offrir une expérience consommateur unique, un *blend* de café a également été imaginé par la Manufacture du café Alain Ducasse.

PURE POP

Défroisseur compact vertical nouvelle génération aux couleurs pop qui purifie, rafraîchit, assainit et élimine peluches et poussières des textiles ; un procédé révolutionnaire multibreveté ! Pure POP s'est associé à la marque française Delsey dans une édition limitée pour partir à la conquête du marché australien.



OPTIGRILL 4-EN-1

Un gril intelligent qui est aussi un barbecue, un four et un appareil à repas complet avec des résultats de cuisson toujours parfaits grâce à l'ajustement automatique du temps de cuisson en fonction de la quantité et de l'épaisseur des aliments.

ECO
design



GREEN FORCE CYCLONIC EFFITECH®

Aspirateur sans sac fabriqué à partir de 67 % de plastique recyclé et aussi performant qu'un produit équivalent de 900 W pour une consommation d'énergie inférieure de 40 %.

HAIR THERAPIST

La première brosse conçue pour réparer naturellement les cheveux grâce à la vapeur. Protégée par 10 brevets, elle possède notamment une tête exclusive THERMAL CARE™ qui garantit un soin parfait à chaque utilisation et répare jusqu'à 78 % de la fibre capillaire.



I-COACH TOUCH

Nouveau robot pâtissier connecté, véritable coach en cuisine pour aider, vérifier et corriger les préparations : 21 programmes automatiques enrichis de services d'accompagnement.

ZOOM SUR LE HUB DE HANGZHOU

Ce centre dédié à l'innovation est implanté depuis 2019 à Hangzhou, carrefour économique majeur de Chine à 160 km de Shanghai. Ce hub a été conçu pour favoriser les synergies, l'agilité et l'innovation produit avec un panel de savoir-faire riche : Développement produit, Design, Qualité, Marketing stratégique, Technologie IT. L'équipe multiculturelle et internationale développe des gammes destinées à l'export de A à Z pour différentes marques du Groupe SEB et qui sont adaptées aux marchés locaux.

Parmi les produits phares développés par le hub : le set de petit-déjeuner Includeo, le cuiseur à riz électrique infrarouge Far IH, ou encore UMAMI, le robot multicuiseur lancé sur le marché japonais.







REPENSER LE MONDE

entre engagement & excellence

P.28

RSE

Bilan du programme 2018-2023

P.32

L'EXCELLENCE INDUSTRIELLE

moteur du Groupe

P.34

LA SUPPLY CHAIN

modèle digitalisé et durable

P.36

LES SOLIDARITÉS

au cœur de la culture du Groupe

P.38

SEB ALLIANCE

investit dans des start-up innovantes

DÉVELOPPEMENT DURABLE

UN ENGAGEMENT TOUJOURS PLUS FORT ET DES AVANCÉES NOTABLES

Animé par les valeurs humanistes léguées par ses fondateurs, le Groupe SEB s'est toujours attaché à respecter une philosophie d'entreprise fondée sur le sens de la responsabilité, la solidarité et l'engagement. Depuis plus de 20 ans, le Groupe a bâti une politique structurante et des initiatives pionnières et concrètes, allant souvent au-delà des nouvelles normes et obligations en termes de RSE. En 2018, le Groupe s'est fixé sa première ambition RSE avec des critères quantitatifs sur les aspects environnementaux, sociaux et sociétaux. Ce programme ambitieux, nommé « Agir pour un quotidien plus durable », s'est clôturé fin 2023 avec un bilan positif.

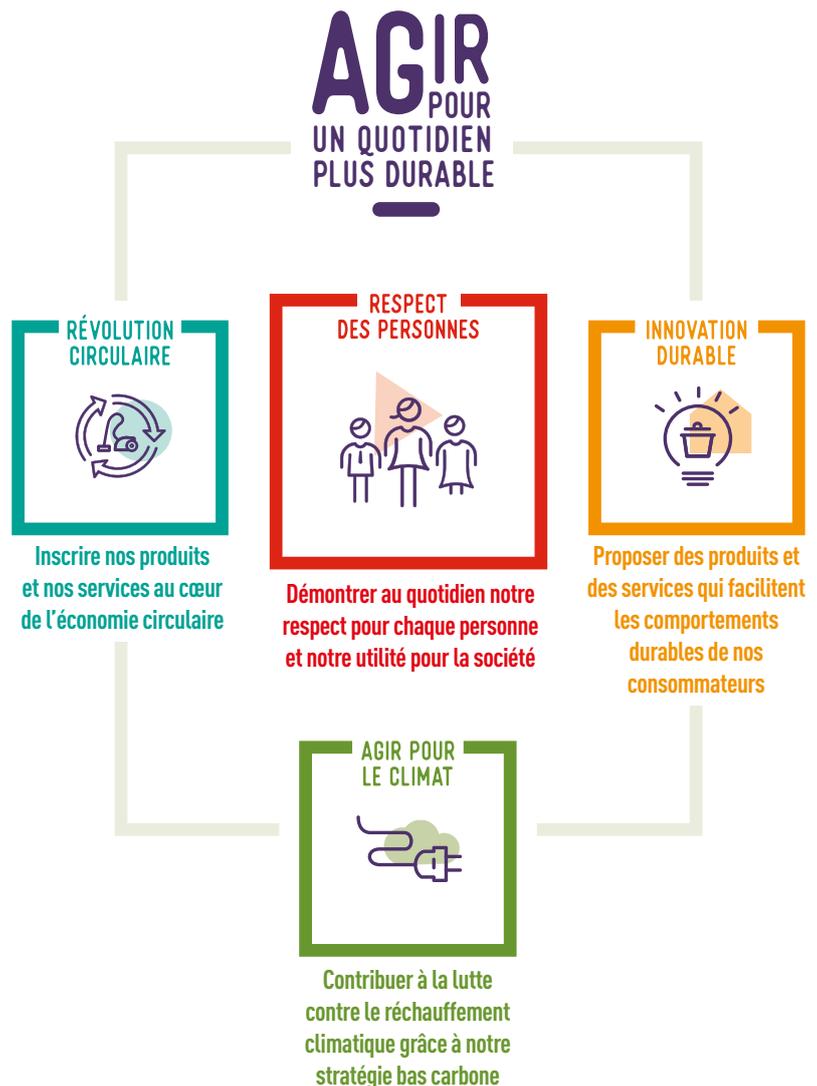
UN GROUPE EN AVANCE SUR SON TEMPS

Le Groupe SEB a développé une démarche éthique, économiquement rentable avec des innovations durables, socialement équitable et écologiquement responsable à travers des engagements pionniers et de long terme.

En 2003, le Groupe a fait partie des premières entreprises françaises à adhérer au Pacte Mondial des Nations Unies. Un engagement proactif confirmé par la création d'une Direction du développement durable dès 2004, qui a permis d'insuffler des changements majeurs au sein du Groupe. Le Groupe s'est également positionné très tôt en faveur de l'économie circulaire et de l'éco-conception : du lancement des premières gammes de produits en métaux et plastiques recyclés à la mise en place de sa politique réparabilité, portant sur 10 ans, dès 2015, puis 15 ans à partir de 2021, jusqu'à la création de son label ECOdesign en 2021. Précurseur en matière d'action pour le climat, le Groupe a défini des objectifs SBTi (*Science Based Targets initiative*) de réduction de ses émissions dès 2018, avec un engagement à contribuer à la neutralité carbone planétaire en 2050, faisant ainsi partie des 100 premières entreprises mondiales à avoir une trajectoire validée SBTi.

L'AMBITION 2018-2023 : « AGIR POUR UN QUOTIDIEN PLUS DURABLE »

La stratégie de développement durable du Groupe vise à contribuer à 10 des 17 Objectifs du Développement Durable (ODD) des Nations Unies. Elle implique tous les métiers du Groupe et l'ensemble des équipes autour de quatre piliers d'engagement, déclinés en 20 objectifs quantitatifs à fin 2023. Le Groupe SEB les a construits sur la base des standards internationaux les plus exigeants, dont le Pacte Mondial de l'ONU, le CDP, SBTi et EcoVadis. **Avec un taux global de réalisation de 119 %, le bilan positif de cette ambition démontre la capacité du Groupe SEB à s'engager et à agir concrètement en matière de RSE.**





L'heure du bilan !



De l'éthique à la politique sociale, en passant par des achats responsables, le Groupe SEB s'engage auprès de ses collaborateurs, ses parties prenantes et ses territoires d'implantation à promouvoir le respect des personnes, premier pilier de sa stratégie.

Le Groupe a progressivement réduit son taux d'accidentologie à l'échelle mondiale pour atteindre un taux de 0,7 en 2023, excédant largement l'objectif qu'il s'était fixé (<1,0). Ce résultat est notamment dû à la mise en place de process spécifiques, la sensibilisation des salariés, la formation et la communication.

Des avancées significatives ont été réalisées en matière de parité femmes-hommes aux postes de manager (42 % de femmes managers pour 43 % de femmes dans l'entreprise), pour contribuer à une organisation globalement plus performante. Le nombre de femmes à des postes clés connaît une belle progression (+ 3 pts en 2023) et se rapproche de l'objectif fixé.



La dynamique des programmes de mécénat est, quant à elle, le résultat de l'implication de la quasi-totalité des filiales dans des initiatives à moyen terme chaque année (depuis 2007). De l'association Gastronomiva au Brésil, en faveur de la formation aux métiers de la restauration de jeunes en situation d'exclusion ; au programme de

construction d'écoles pour des enfants défavorisés en milieu rural de la marque Supor ; ou encore à la Fondation Imusa-Samurai Taller de Sueños, fortement engagée auprès des vendeurs de café ambulants colombiens : le Groupe SEB agit au plus près des populations locales sur ses territoires d'implantation.



Le Groupe SEB s'est engagé sur des trajectoires de décarbonation très ambitieuses concernant l'activité de ses usines, l'usage produit et la logistique, et dans une politique stricte d'amélioration de ses emballages.

À travers la politique d'éco-production mise en place sur l'ensemble des sites dans le monde, le Groupe SEB a agi sur deux volets : la baisse de sa consommation d'énergie et l'augmentation de la part des énergies renouvelables. Des panneaux photovoltaïques ont notamment été installés sur différents sites comme les usines de Pont-Évêque (FRA), Rionegro (COL), Montebello (É.-U.), Omega (ITA), et enfin Yuhuan (CHN).



Alors que la majorité des gaz à effet de serre du Groupe SEB proviennent de l'utilisation des produits par le consommateur (64,3 % en 2023), l'un des axes majeurs de développement des produits réside dans la baisse de la consommation d'énergie liée aux usages. Objectif atteint en partie seulement, du fait de ventes croissantes dans des pays où l'énergie est carbonée, avec cependant des progrès notables réalisés en termes d'efficacité énergétique dont l'aspirateur sans sac Green Force Max (Rowenta), fabriqué sur le site de Vernon (FRA), est un exemple probant : avec une puissance de 400 watts, il est aussi efficace qu'un produit équivalent fonctionnant avec 900 watts.



En termes d'éco-emballage, l'objectif est dépassé pour le carton avec 94 % de fibres recyclées à fin 2023. Le Groupe a également supprimé le polystyrène dans la très vaste majorité de ses emballages (90 %) et les sacs plastiques dans presque la moitié de ceux-ci (47 %). C'est la collaboration étroite des équipes Développement produits et Achats, sur un sujet difficile opérationnellement, qui a permis d'atteindre de telles avancées en 5 ans. Le retrait des sacs plastiques s'est révélé plus difficile pour certaines catégories de produits et zones géographiques en raison de contraintes techniques et de l'acceptation des consommateurs, notamment pour des raisons liées à l'hygiène et à la qualité.



Pionnier et leader dans ce domaine, cet enjeu est porté par des objectifs de réparabilité largement dépassés, une forte augmentation de l'utilisation de matériaux recyclés dans les produits et packagings, et des nouveaux projets réussis dans les activités de seconde main, notamment en France avec RépareSeb, mais aussi en Espagne ou en Allemagne.

Le taux de matériaux recyclés (plastique, aluminium, etc.) dans les produits fabriqués et les emballages a très fortement augmenté (de 38 % en 2018 à 48 % à fin 2023), grâce à des démarches très volontaristes des sites, notamment Rumilly (FRA) ou Yuhuan (CHN)



en 2023, et une approche collaborative mise en place avec les fournisseurs du Groupe, qui sera un tremplin pour assurer la progression de ce chiffre dans les années à venir.

Pionnier en matière de réparabilité des produits, le Groupe a aussi réalisé des avancées majeures à travers un engagement étendu à « 15 ans réparable au juste prix » en 2021, avec un forfait de réparation qui permet de maîtriser les coûts et offre une garantie de 6 mois sur les produits réparés. C'est la filiale SEB International Service (SIS), qui gère les stocks des pièces détachées et des accessoires pour l'ensemble des marques



du Groupe SEB. Les entrepôts centraux du Groupe (30 000 m² de surface de stockage) à Faucogney-et-la-Mer (FRA) stockent plus de 8 millions de pièces détachées ! Dans une même logique de circularité, RépareSeb, l'atelier et boutique solidaire du Petit électroménager reconditionné en France, ouvert en décembre 2020, accompagne plus de 25 salariés en insertion professionnelle, qui ont réparé ou reconditionné plus de 15 000 produits et évité ainsi plus de 60 tonnes de déchets en 2023.



Capitalisant sur la force de ses marques et sur l'innovation produit et digitale, le Groupe a continué à s'engager auprès des consommateurs pour promouvoir davantage le fait-maison, l'alimentation saine et durable ainsi que la maison saine.

Les équipes Technologies de l'Alimentation et Développement Durable ont élaboré une Charte des recettes salées saines et durables, diffusée dans les filiales pour enrichir la base de recettes proposées aux consommateurs sur nos sites, livres et applications Marques.

Ces applications culinaires, qui couvrent 99 % des principaux pays d'implantation du Groupe, accompagnent le consommateur avant, pendant et après le repas avec de nombreux services dont par exemple la fonctionnalité « Dans mon frigo » qui propose des idées de recettes pour transformer des restes alimentaires en délicieux plats, sains et équilibrés.

Le Groupe s'est affirmé comme un acteur engagé sur le volet du design inclusif grâce à la création du *Good Design Playbook* en 2020, en collaboration avec APF France Handicap et avec le soutien de la Caisse nationale de



solidarité pour l'autonomie, pour définir une méthodologie intégrée en phase amont de ses développements produits. Illustration concrète de ce guide en 2021 avec une première gamme emblématique de sa démarche : le set de petit-déjeuner Includeo, à la fois design et ergonomique.

LE GROUPE SEB, MÉDAILLÉ PLATINUM PAR ECOVADIS

Les performances RSE du Groupe sont évaluées par des agences de notation extra-financière et des standards ESG (Environnement, Social et Gouvernance) internationaux tels que CDP (*Carbon Disclosure Project*), une référence majeure pour le climat, et EcoVadis, l'évaluation RSE la plus largement utilisée dans le monde. Cette dernière mesure l'impact (Environnement, Social & Droits humains, Éthique et Achats responsables) de plus de 100 000 entreprises, dans 200 industries et plus de 175 pays. Alors qu'en 2021 le Groupe obtenait la notation *Gold* (70 %), il obtient, en 2023, la notation la plus élevée, *Platinum*, le plaçant ainsi dans le Top 1 % des entreprises évaluées.

Ce résultat récompense tous les efforts entrepris par l'ensemble des équipes du Groupe SEB en matière de Responsabilité Sociale et Environnementale, dans ses activités et sa chaîne d'approvisionnement.



« Ce bilan positif est le résultat du travail collaboratif de toutes les équipes du Groupe et de leurs parties prenantes. Il constitue un socle particulièrement solide sur lequel bâtir la prochaine ambition 2024-2030 qui permettra d'aller encore plus loin dans l'intégration de la RSE dans les activités et les métiers du Groupe, pour concilier performance économique et développement durable. »

Juliette Sicot-Crevet,
Directrice du Développement Durable Groupe

L'EXCELLENCE INDUSTRIELLE, MOTEUR DU GROUPE SEB

Le Groupe SEB est avant tout un acteur industriel dont l'outil, ultraperformant et fortement implanté dans le monde, fait partie intégrante de sa création de valeur. Avec plus de 60 % des produits fabriqués en interne, son modèle d'affaires est soutenu par des investissements responsables continus partout dans le monde, pour être au plus près des consommateurs.

UNE DYNAMIQUE DE RÉINDUSTRIALISATION

L'ancrage local du Groupe lui confère proximité, réactivité et compétitivité sur tous les marchés où il opère. Cette stratégie d'intégration industrielle est un véritable gage d'agilité et de résilience.

• En France et en Europe

Plus de la moitié des sites industriels du Groupe se trouvent en Europe, dont 11 en France. Une implantation unique aux enjeux de compétitivité élevés.

Vernon (FRA)

Démarrage de la toute première ligne de production d'aspirateurs balais sans fil en France, dont les pièces plastiques principales sont également injectées sur le site. Une ligne innovante pour gagner en flexibilité, en ergonomie sur le poste de travail et en qualité grâce à la mise en place d'un poste à tâches regroupées : les composants de différenciation sont préparés dans un kit à disposition de l'opérateur qui assemblera ainsi l'aspirateur en moins de trois minutes. L'usine de Vernon devrait voir sa production augmenter de près de 40 % au cours de l'année 2024.



Pont-Évêque (FRA)

Vaisseau amiral du Soins du Linge du Groupe SEB dans le monde, le site de Pont-Évêque a su rebondir pour répondre à la hausse de consommation post-Covid grâce à une forte croissance des capacités de production. Le site a réalisé des investissements pour garder ses avantages concurrentiels et sa compétitivité : l'achat de plusieurs moules d'injection plastique pour de grandes ou petites pièces, mais également le renouvellement de presses à injecter plus performantes et moins énergivores.

Zuchwil (CHE)

Berceau des machines à café professionnelles de Schaerer, le site enregistre une hausse de plus de 35 % des volumes en 2023 pour répondre à une demande en forte croissance. En effet, après une période difficile pendant le Covid, le marché du Professionnel connaît un réel rebond des installations, notamment aux États-Unis et en Chine.

• Au plus près des marchés du monde

Le déploiement de bases industrielles dans le monde permet une approche continentale clé pour être au plus proche des consommateurs.

Cajicá (COL)

L'usine de Cajicá dessert principalement les marchés locaux avec des produits de ventilation et de préparation des aliments. La tendance forte autour des friteuses sans huile s'est traduite par l'industrialisation d'un nouveau modèle afin d'y répondre (3,5L dans un premier temps puis 5L prochainement). Le site a engagé depuis 2022



un plan de transformation en termes d'optimisation des processus, des surfaces et des flux, incluant un plan de renouvellement des presses à injecter permettant une baisse significative des consommations énergétiques et une meilleure productivité.

Borg El Arab (EGY)

Depuis le rachat de Zahran en 2018, le Groupe SEB a consolidé son implantation en Égypte pour desservir le Moyen-Orient et l'Afrique. Spécialisé dans la préparation des aliments, le site a étendu sa production au Soins du Linge et de la Maison, et plus récemment aux friteuses sans huile. Son plan de croissance cible une augmentation des volumes de production de plus de 800 000 en 2023 à 1,8 million en 2025, avec l'implantation de nouvelles lignes d'assemblage et la montée en compétences des opérateurs.

UN IMPACT ENVIRONNEMENTAL OPTIMISÉ

Le Groupe SEB poursuit sa stratégie de décarbonation de son industrie en actionnant plusieurs leviers, notamment dans les pays les plus émetteurs de CO₂ :

- Déploiement de l'outil de management de la consommation énergétique, DSM Énergie : après une implémentation réussie en France (- 16 % de consommation kWh vs la consommation de référence 2021, en avance sur les objectifs fixés), cet outil développé en interne va continuer à être installé avec pour objectif de couvrir 90 % de la consommation énergétique du Groupe à fin 2024.
- Remplacement de presses à injecter énergivores : 38 machines d'ancienne technologie ont été remplacées par 33 machines hybrides ou électriques à haute performance, partout dans le monde. Les sites de Cajicá (11 presses), Pont-Évêque (6) et Mayenne (9) en ont bénéficié, permettant un gain d'énergie de 55 à 70 % en fonction du type de machine et un gain de productivité de 30 à 37 %.
- Installation de panneaux solaires sur les plus gros sites industriels en Chine : le site de Yuhuan (39 080 m²) a recouvert l'ensemble des toitures de ses deux bâtiments et créé six ombrières sur son parking. Cela permet de couvrir plus de 15 % de la consommation énergétique du site. À l'échelle des sites chinois, l'objectif est de contribuer à la réduction de 7,5 % des émissions de CO₂.

DE L'INNOVATION À L'INDUSTRIALISATION : BAISSE DE LA CONSOMMATION ÉNERGÉTIQUE DES PRODUITS

Avec la hausse des prix de l'énergie et la réalité face aux enjeux environnementaux, la consommation d'énergie d'un produit à l'usage est devenue l'un des premiers critères d'achat pour le consommateur. Plusieurs solutions sont développées dans les bureaux d'études du Groupe SEB :

- **Changement de moteur pour avoir un meilleur rendement** : les produits gagnent plus de 50 % d'efficacité énergétique grâce aux moteurs brushless. Ce dispositif sera appliqué à six références de ventilateurs dès mars 2024.
- **Mise en place d'un mode « éco »** : une fonctionnalité notamment adaptée pour les fers à repasser comme le Easygliss éco. La vapeur est ajustée dans la position mode éco, permettant ainsi de réduire la consommation d'énergie de 30 %. Un procédé qui se déclinera sur d'autres gammes de produits à venir.
- **Moins de watts sans compromis sur l'efficacité** : offrir un résultat parfait en utilisant moins d'énergie qu'un modèle équivalent ; comme l'aspirateur Green Force Effitech® de 400 W qui propose un résultat aussi qualitatif qu'un aspirateur de 900 W, permettant ainsi d'économiser plus de 50 % d'énergie, grâce notamment au travail sur les flux d'air et la motorisation.



UN MODÈLE DE SUPPLY CHAIN

DIGITALISÉ ET DURABLE

Dans l'optique de l'amélioration permanente du service au client, le Groupe SEB n'a cessé d'engager des actions afin d'optimiser sa chaîne de valeur, de la fabrication des produits à leur livraison. De plus en plus efficiente, la supply chain connaît une accélération grâce au déploiement d'outils digitaux, appliqués notamment à la logistique : optimisation du chargement des conteneurs, suivi des coûts et des délais, et prochainement des émissions de CO₂ en fonction des moyens de transport utilisés. La construction de nouvelles plateformes logistiques en France, telles que Bully-les-Mines et Til-Châtel, est clé pour assurer la performance logistique du Groupe SEB et garantir les espaces qui accompagnent la croissance du Groupe.

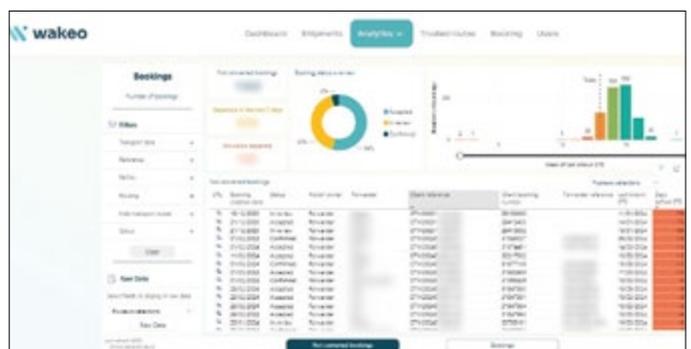
UNE NOUVELLE ÉTAPE DANS LA DIGITALISATION DE LA SUPPLY CHAIN

Grâce à de nouveaux outils digitaux, le Groupe SEB dispose désormais d'un véritable suivi industriel appliqué à la logistique, permettant une meilleure visibilité des flux et un contrôle des coûts. Dans le cadre des flux maritimes, le Groupe SEB a déployé deux principaux outils digitaux :

- **OTM**, un système de management des transports permettant de traiter « en masse » les commandes d'achats afin de mieux remplir les conteneurs avec une affectation des commandes adaptées ; ainsi un même conteneur peut avoir des produits correspondant à des références, des commandes voire des fournisseurs différents. Cela apporte une plus grande flexibilité pour mieux s'aligner aux besoins des filiales commerciales, tout en garantissant un chargement maximal du conteneur. La croissance des volumes gérée par ce système depuis 2019 s'est faite progressivement avec l'intégration des expéditions depuis la Chine, des fournisseurs et des usines internationales de Supor.



- **Wakeo**, une plateforme digitale mise en place en 2023, pour localiser les transports en cours et suivre les coûts associés. Ce système est doté de nombreuses fonctions principales parmi lesquelles le suivi en temps réel des conteneurs et l'estimation de leur arrivée à l'aide de l'intelligence artificielle. Grâce à ce faisceau



de données, il est possible d'anticiper automatiquement les répercussions d'un aléa logistique sur l'ensemble des plateformes et marchés concernés (déchargement, stockage, disponibilité des produits...). Wakeo est également équipé d'une fonctionnalité de suivi des coûts afin de prévoir les ressources nécessaires pour réceptionner les flux dans les entrepôts et arbitrer les priorités pour éviter les surcoûts logistiques éventuels en cas de détention des conteneurs.

Afin d'optimiser sa logistique routière, le Groupe a déployé l'outil digital **Shippeo** sur les flux de distribution au départ de Bully-les-Mines fin 2023. Cette plateforme de connexion avec les transporteurs permet d'améliorer la performance des livraisons, la réduction des coûts de transport et la mise à disposition de données telles que le suivi GPS des camions, la confirmation et la preuve de livraison client. Le Groupe SEB étendra l'usage de Shippeo au reste de l'Europe à l'horizon 2025.



DES OUTILS AU SERVICE DE L'ÉCO-LOGISTIQUE

Afin d'optimiser les taux de chargement, le Groupe SEB a mis en place la démarche EffyPACK dont l'objectif est d'améliorer la palettisation. Le déploiement de cette solution s'est poursuivi notamment en Europe (taux de remplissage de 87,2 %), en Chine (85,8 %) pour le petit électroménager, et en Colombie. Le transport routier suit, lui aussi, cette dynamique croissante. Quant aux parcours de livraisons, ils ont été optimisés en Europe grâce à des flux directs : désormais, les marchandises ne transitent plus systématiquement dans les dépôts des filiales. Enfin, le Groupe s'efforce aussi de réduire au maximum l'espace vide à l'intérieur des emballages. Car transporter moins de vide, c'est émettre moins de CO₂. Par exemple, le simple fait de dissocier la tête, le manche et le socle du ventilateur Ultra Silence Force (Arno) lancé en 2020 a permis de réduire de 30 % le volume d'emballage et le taux de vide.

Le Groupe a réalisé des progrès significatifs dans la réduction des émissions liées aux transports de ses produits, matières premières et composants grâce à l'ensemble des mesures prises. Cela mène à une diminution de 13 % des émissions par produit vendu entre 2016 et 2023.

DÉVELOPPER LE RÉSEAU LOGISTIQUE EN EUROPE DE L'OUEST

• LE MODÈLE DE BULLY-LES-MINES

Plateforme logistique dédiée à l'ensemble des marques du Petit électroménager du Groupe SEB, Bully-les-Mines (Hauts-de-France) est un carrefour logistique majeur du nord de l'Europe. Situé au croisement de voies routières et ferroviaires, il bénéficiera prochainement de l'agrandissement du port fluvial de Béthune pour maximiser le transport par barge. La plateforme pilote son approvisionnement depuis les ports pour répondre aux enjeux d'éco-logistique en maximisant les transports doux comme la barge. Entre performances logistiques au service de la satisfaction client et performances environnementales, la plateforme de Bully-les-Mines offre des prestations efficaces et de qualité. Après une première étape de fonctionnement (50 000 palettes) depuis avril 2023 pour livrer la France et la Belgique, le Groupe SEB a pu poser les bases d'une gestion opérationnelle optimisée lui permettant de livrer de nouveaux marchés dès avril 2024 : Allemagne, Autriche, Pays-Bas. Le fonctionnement de ce hub logistique est devenu aujourd'hui un modèle qui se déploie sur d'autres plateformes en France et à l'étranger.

CHIFFRES CLÉS :

- 100 000 m² de surface
- 500 collaborateurs à horizon 2030
- 140 000 palettes stockables au total
- Certification BREEAM very Good



• TIL-CHÂTEL, UN NOUVEAU CARREFOUR LOGISTIQUE

Dès 2025, Til-Châtel (Côte-d'Or) sera la nouvelle plateforme logistique stratégique dédiée aux articles culinaires du Groupe SEB. Les travaux ont débuté en avril 2024 et dureront environ 10 mois. Sur le modèle de montée en puissance du site de Bully-les-Mines, l'entrepôt sera opérationnel pour la France et la Belgique dès avril 2025, puis l'Allemagne, l'Autriche et les Pays-Bas l'année suivante. Ce mode opératoire permet d'assurer un niveau de pilotage de précision : une mise en fonctionnement d'un peu plus de 50 % de la plateforme pour s'assurer que les standards sont en place avec un niveau de service optimal. Avec Til-Châtel,

le Groupe SEB renforce son réseau logistique afin d'améliorer la disponibilité de ses produits pour ses clients, tout en rationalisant les niveaux de stock, et en étant au plus près du barycentre des flux d'approvisionnement et de livraison.

CHIFFRES CLÉS :

- 30 M€ d'investissement
- 36 000 m² de surface d'entrepôt avec une possibilité d'extension à 60 000 m²
- Jusqu'à 150 collaborateurs
- 49 000 palettes stockables en capacité maximale



L'ENGAGEMENT SOLIDAIRE

AU CŒUR DE LA CULTURE DU GROUPE SEB

En 2023, l'ensemble des filiales du Groupe SEB s'est engagé dans des actions de mécénat et de solidarité, autant pour des initiatives de longue durée, que pour répondre à des besoins d'associations ou d'évènements plus ponctuels. Humaniste depuis nos origines, le respect de la personne est une valeur chevillée au corps. Des engagements qui contribuent à la dynamique économique et sociale de territoires où le Groupe SEB est ancré durablement. De la *Charity Week*, aux actions locales, en passant par les actions de ses filiales et du Fonds Groupe SEB, retour sur quelques élans de solidarité qui ont ponctué l'année.



LE FONDS GROUPE SEB, UN PUISSANT VECTEUR D'INSERTION

En 2023, le Fonds Groupe SEB a notamment apporté son soutien à plusieurs projets qui accompagnent des femmes en situation d'exclusion ou victimes de violence, ainsi qu'à l'association Emmaüs Connect :

- **Financement d'un nouveau local de VIFFIL**, une association qui propose un lieu d'accueil et d'accompagnement des femmes victimes de violences conjugales (et à leurs enfants) afin de favoriser leur autonomisation. Ce nouvel espace permet d'accueillir 30 femmes par semaine et de programmer des séances d'entretiens individuels et de thérapie de groupe.
- **Participation au financement de la nouvelle Maison des femmes** à Lyon, de la Fondation Hospices Civils de Lyon, afin d'améliorer le parcours et la prise en charge des femmes victimes de violence. Ce lieu pivot a été créé au sein de l'hôpital Édouard Herriot, afin de favoriser un accompagnement global à la fois médical, social et juridique en synergie avec les services de police, de justice et les associations spécialisées.

- **Nouvelle résidence du Foyer Notre-Dame des Sans-Abri**, pour accueillir 105 femmes vulnérables, dans 56 logements, et leur procurer des espaces sécurisants, privés et collectifs. Le Fonds Groupe SEB a participé au financement de ce projet et a pris en charge l'équipement des logements.
- **Collecte d'ordinateurs portables et de smartphones en bon état de fonctionnement** sur le Campus d'Écully, à Mions et Saint-Priest, organisée pour l'association Emmaüs Connect qui lutte contre la fracture numérique. Le Groupe a fait don de 50 ordinateurs portables et 50 smartphones. Une dizaine de PC ont été collectés auprès des collaborateurs.

LA SOLIDARITÉ À GRANDE ÉCHELLE

79 SITES
ONT PARTICIPÉ
À LA *CHARITY WEEK*

41 PAYS

CHARITY WEEK 2023

La 9^e édition de la *Charity Week* a permis aux collaborateurs du Groupe SEB, partout dans le monde, de se mobiliser contre l'exclusion au travers d'actions solidaires : sensibilisation à l'inclusion avec la diffusion de films ou de repas partagés avec des personnes en situation de handicap, levées de fonds, collectes alimentaires ou de vêtements...



- **En Corée du Sud**, ils ont apporté leur soutien à la Fondation Miral Welfare qui œuvre à la réadaptation professionnelle et à l'intégration sociale de personnes handicapées, en partenariat avec la chaîne de magasins GoodWill Store. Leur mission ? Aller à la rencontre des employés et participer, avec eux, au tri d'articles dans un entrepôt logistique situé dans la région de Seong-su, en vue de leur commercialisation. Les articles triés sont expédiés à 26 magasins Goodwill, en Corée du Sud. La recette des ventes est utilisée pour les salaires des 360 employés handicapés, leur offrant non seulement un moyen de subsistance, mais aussi une meilleure estime de soi, en leur permettant de soutenir leur famille.

- **En Inde**, les bénévoles du Groupe SEB ont participé à la collecte de denrées alimentaires au profit de The Earth Saviours Foundation (T.E.S.F), une association qui gère un foyer d'accueil pour personnes victimes d'exclusion : personnes âgées abandonnées, sans-abri porteurs d'un handicap mental, femmes démunies, victimes de violence domestique ou de viol, ou encore les personnes souffrant de pathologies incurables (VIH, schizophrénie, etc.).



ACTIONS SOLIDAIRES

• CONSTRUCTION DE MAISONS EN COLOMBIE

À travers sa fondation Imusa-Samurai Taller de sueños, 80 volontaires de Groupe SEB Andes, fournisseurs et collaborateurs, ont construit huit nouvelles maisons et une aire de jeu à Carolina del Príncipe, en Colombie. L'association aura permis de construire 90 foyers au total à destination des populations défavorisées depuis 2014 et espère en construire autant en 2024 pour célébrer les 90 ans de la marque Imusa !



• LA FORMATION POUR LUTTER CONTRE L'EXCLUSION

Au Brésil, 35 personnes en situation de vulnérabilité sociale ont reçu une subvention pour une formation professionnalisante autour de la cuisine gastronomique, grâce à la Fondation Arno & Rochedo, en partenariat avec Gastromotiva.



• LA GAMME ROSE DE PURE POP

Une édition limitée du défroisseur compact Pure POP a été lancée aux États-Unis, sous la marque Rowenta, en rose ! Une belle manière de soutenir la BCRF (Breast Cancer Research Foundation), l'association de lutte contre le cancer du sein, en reversant 10 % du montant d'achat. Depuis son lancement en octobre, plus de 1 200 unités ont été vendues.



THIERRY DE LA TOUR D'ARTAISE NOMMÉ PRÉSIDENT DE L'ENTREPRISE DES POSSIBLES

Depuis sa création en 2019, l'Entreprise des Possibles déploie son action auprès des personnes sans abri et des plus fragiles. Ce modèle d'engagement sociétal novateur réunit aujourd'hui 170 entreprises, soit plus de 80 000 collaborateurs, qui ont soutenu plus de 100 projets en faveur de 16 000 personnes dans la métropole lyonnaise. Thierry de La Tour d'Artaise a été nommé Président de l'Entreprise des Possibles, et prend ainsi la suite d'Alain Mérieux, fondateur de cette initiative majeure. Le Groupe SEB, qui a rejoint l'aventure en 2020, propose à ses collaborateurs de participer à des missions de bénévolat sur leur temps de travail (jusqu'à deux jours par an) et de donner des jours de congés payés (jusqu'à deux par an), monétisés et abondés par l'entreprise. En 2023, une nouvelle campagne a été réalisée auprès des salariés lyonnais, générant 25 000 euros de don.



L'INVESTISSEMENT DE SEB ALLIANCE

DANS DES START-UP INNOVANTES

POUR CRÉER DES SYNERGIES AVEC LE GROUPE SEB

Grâce à son véhicule d'investissement SEB Alliance, le Groupe SEB s'engage aux côtés de jeunes pousses prometteuses qui portent des valeurs communes de durabilité, d'innovation, de bien-être et de transformation du parcours consommateurs. Après ses investissements dans le fonds Blisce/ ou encore les micro-batteries ITEN en 2022, SEB Alliance apporte son soutien à deux entreprises françaises aux technologies différenciantes, au fort potentiel et à l'impact environnemental positif : Auum et Vulkam.

En 2023, le total des montants investis par SEB Alliance s'élève à plus de 250 millions d'euros, dont les deux tiers environ ont déjà été déployés tant pour des investissements minoritaires dans des start-up que pour des investissements dans des fonds, principalement de capital-risque. Le Groupe SEB envisage d'atteindre 300 millions d'euros d'engagements d'ici à 2025.



LUTTER CONTRE L'USAGE UNIQUE AVEC AUUM

Auum est une jeune pousse française dont la mission pourrait se résumer à son acronyme « Arrêtons l'usage unique maintenant ». Cette injonction fait référence aux 5 millions de gobelets jetables encore consommés en France chaque année. Face à ce bilan lourd de conséquences pour la planète, et consciente de la problématique posée par le nettoyage, la start-up a mis au point la machine connectée Auum-S dont la technologie est brevetée. Cette machine permet, en un seul geste, de nettoyer, désinfecter et sécher un verre en quelques secondes, avec une faible quantité d'eau et sans

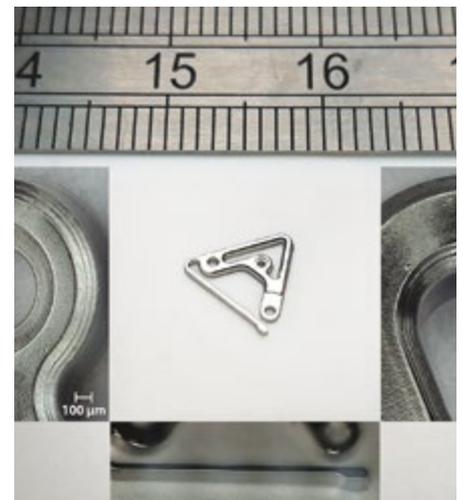
produit chimique. Conçue et assemblée à Châtillon, en France, sur son nouveau site de production de 1 300 m², elle est certifiée « Origine France Garantie ». Auum a pour ambition d'accompagner les entreprises, grandes consommatrices de gobelets jetables, vers des pratiques plus responsables, comme c'est le cas avec le Groupe SEB qui a équipé son siège avec ces machines.

Cet investissement réitère la détermination du Groupe SEB à soutenir le déploiement d'une industrie à impact environnemental positif.

VULKAM, OU LA RÉVOLUTION DES MÉTAUX AMORPHES

En tant qu'acteur industriel engagé pour le *made in France*, le Groupe SEB a participé à la levée de fonds de Vulkam pour financer le lancement de sa première usine. La PME est spécialisée dans la production de métaux amorphes (ou verres métalliques) et de pièces micromécaniques aux propriétés uniques, destinés aux segments de l'horlogerie et du médical dans un premier temps, et à d'autres segments qui trouvent des applications notamment au sein du Groupe SEB dans un deuxième temps. Son premier site de 3 000 m² situé au Versoud, en Isère, sera opérationnel en 2025 et prévoit la production de 2 millions de pièces dès la première année, et de 4 millions dès 2026.

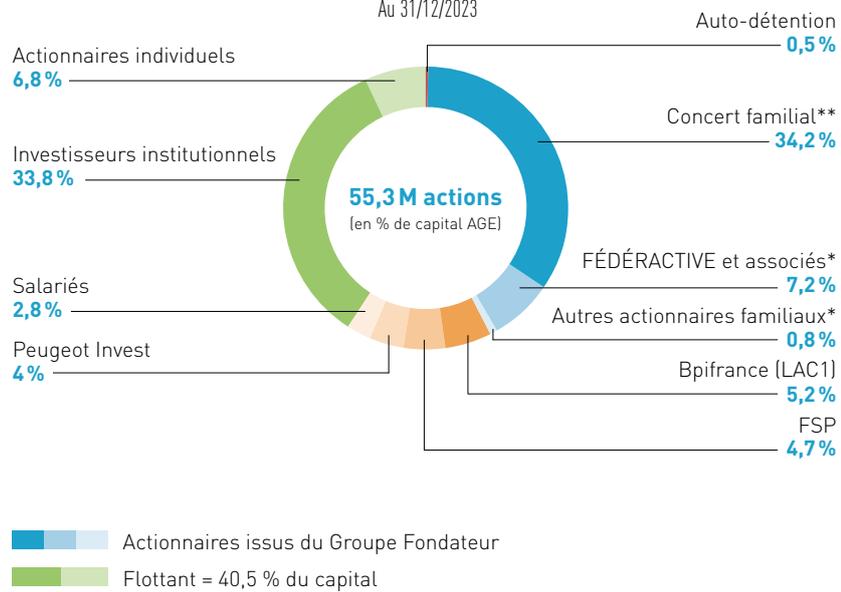
Fruit de 30 ans de recherche académique, les métaux amorphes de Vulkam, les Vulkalloys®, sont des alliages dont l'organisation atomique a été modifiée, ce qui leur confère des propriétés radicalement améliorées : 2 à 3 fois plus durs et plus résistants à l'abrasion que les alliages métalliques classiques, grâce à leur structure atomique aléatoire. De plus, les procédés de production par thermomoulage de haute précision, développés et brevetés par Vulkam, permettent de réduire drastiquement les quantités de matières premières nécessaires de 50 % et les émissions de CO₂ de 30 % au minimum, par rapport à l'équivalent classique, le tout sans générer de déchets.



RÉPARTITION DU CAPITAL ET DES DROITS DE VOTE

RÉPARTITION DU CAPITAL

Au 31/12/2023

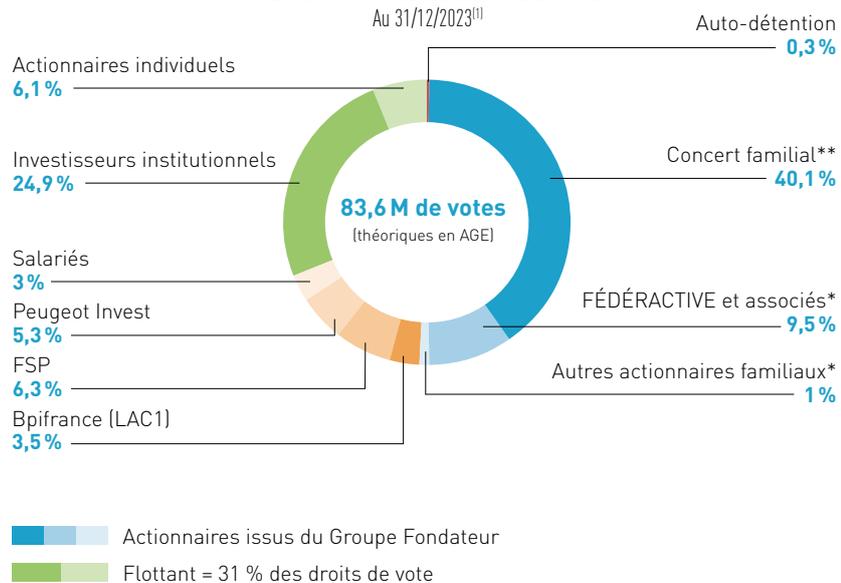


* Actionnaires issus du Groupe Fondateur

** Actionnaires issus du Groupe Fondateur poursuivant l'action de concert initiale (Pacte du 27/02/2019) incluant VENELLE INVESTISSEMENT, GÉNÉRACTION, HRC et d'autres actionnaires familiaux.

RÉPARTITION DES DROITS DE VOTE

Au 31/12/2023⁽¹⁾



* Actionnaires issus du Groupe Fondateur

** Actionnaires issus du Groupe Fondateur poursuivant l'action de concert initiale (Pacte du 27/02/2019) incluant VENELLE INVESTISSEMENT, GÉNÉRACTION, HRC et d'autres actionnaires familiaux.

(1) À la suite de la cession de la participation de Peugeot Invest Assets le 27 février 2024, le total des droits de vote de SEB S.A. a mécaniquement baissé et entraîné un accroissement passif de la participation en droits de vote de l'ensemble des actionnaires. La nouvelle répartition du capital et des droits des votes au 1^{er} mars 2024 est exposée dans le Document d'enregistrement universel et Rapport financier annuel 2023 - Chapitre 7, page 376.

PERFORMANCE FINANCIÈRE

Le Groupe SEB a réalisé de belles performances en 2023, dans un contexte économique peu porteur. La dynamique des ventes, l'amélioration continue de la marge brute et une gestion disciplinée de l'ensemble des coûts ont permis au Groupe de dépasser son objectif initial de croissance du résultat opérationnel et ainsi terminer l'exercice avec un bilan et une structure financière renforcés.

Les données sociales, environnementales et sociétales témoignent également de l'engagement responsable du Groupe, qui se renforce au fil des années.

CHIFFRE D'AFFAIRES

8 006 M€

+ 0,6 % • 5,3 % à TCPC*

ROPA

726 M€

+ 17 %

RÉSULTAT NET

386 M€

+ 22,1 %

DETTE NETTE

1 769 M€

Cash-flow libre : 805 M€

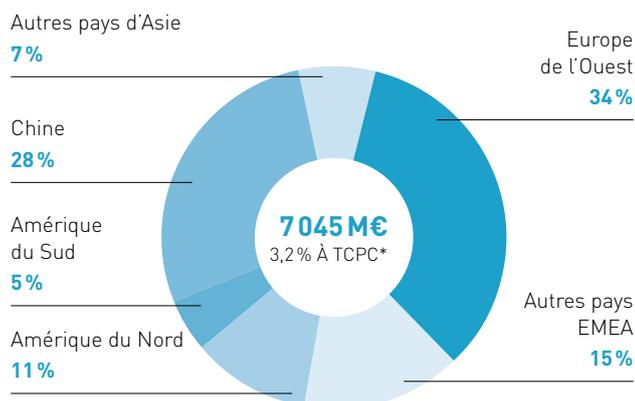
DETTE NETTE/ EBITDA AJUSTÉ

1,8

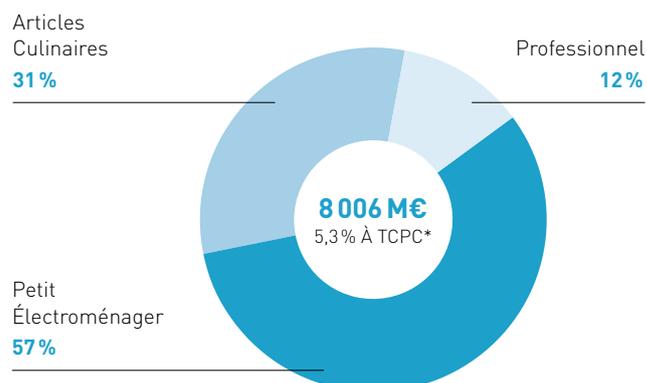
2,3 au 31/12/2022

RÉPARTITION DES VENTES DANS LE MONDE

ACTIVITÉ GRAND PUBLIC PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE

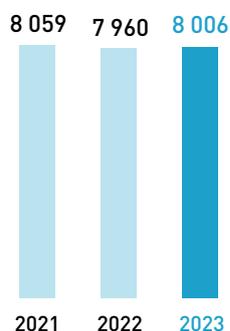


PAR ACTIVITÉ

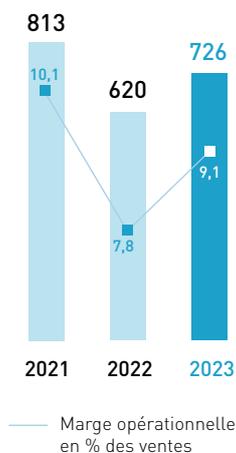


* Taux de change et périmètre constants

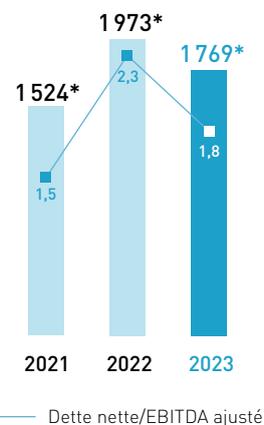
VENTES (en M€)



RÉSULTAT OPÉRATIONNEL D'ACTIVITÉ ET MARGE OPÉRATIONNELLE (en M€)

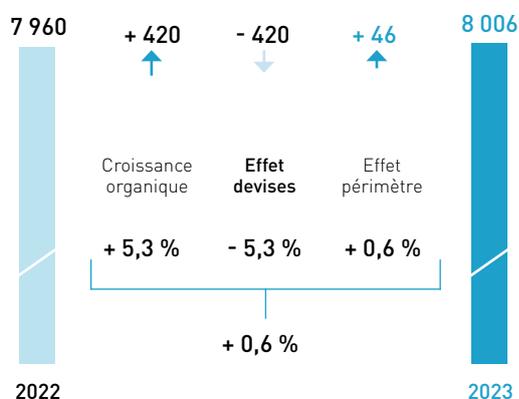


DETTE FINANCIÈRE NETTE ET RATIO D'ENDETTEMENT (en M€)

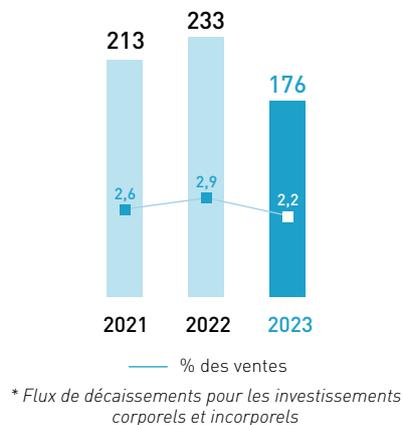


* Dont respectivement 335 M€, 371 M€ et 358 M€ d'IFRS 16 en 2021, 2022 et 2023.

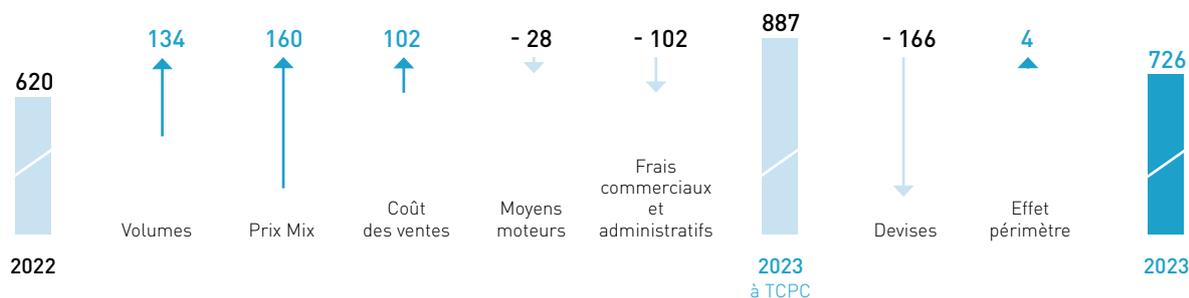
ÉVOLUTION DES VENTES 2022/2023 (en M€)



INVESTISSEMENTS (en M€)*



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

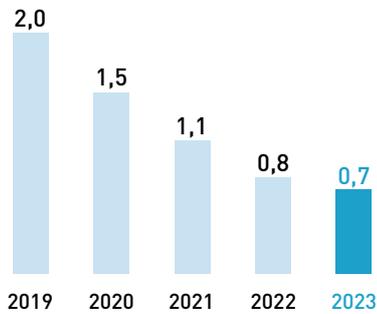


PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE

PERFORMANCE SOCIALE

ÉVOLUTION DU LTIR

(Lost time injury rate*)



* Taux d'accidents avec arrêt de travail, total Groupe

ÉVOLUTION DU POURCENTAGE DE FEMMES MANAGERS

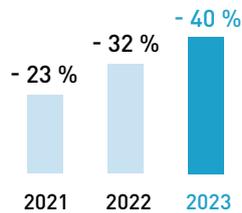
(en % des managers du Groupe)



PERFORMANCE ENVIRONNEMENTALE ET ENGAGEMENT SOCIÉTAL

ÉCO-PRODUCTION

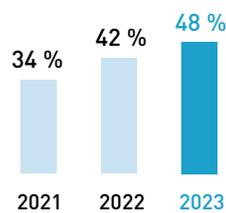
(Évolution des émissions de GES* liées aux usines, par produit fabriqué (scopes 1 et 2), réf. 2016)



* Gaz à effet de serre

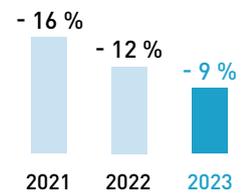
MATÉRIAUX RECYCLÉS

(Pourcentage de matériaux recyclés dans les produits et packagings fabriqués par le Groupe)



ÉCO-CONCEPTION

(Évolution des émissions de GES* liées à l'utilisation des produits, par produit vendu, réf. 2016)



+ DE 90%
de produits de Petit électroménager estampillés
« 15 ans réparable au juste prix »*

* Tefal, Rowenta, Moulinex, Krups et WMF en Europe, Asie, Moyen-Orient et Afrique, ainsi que sur les produits Seb et Calor en France et Belgique.

3,6 M€

consacrés au mécénat en 2023

Le Groupe SEB a maintenu son classement « A- » de l'agence CDP (Carbon Disclosure Project) dans la catégorie « climat » pour ses actions visant à réduire ses émissions, à atténuer les risques climatiques et à développer une économie à faibles émissions de carbone.

Avec un score global de 78/100 (+ 8 pts vs 2021), le Groupe SEB a également obtenu le rating EcoVadis Platinum fin 2023, ce qui

le positionne dans le top 1 % des entreprises évaluées dans l'année, avec plus de 30 points au-dessus de la moyenne de son secteur.

L'agence de notation extra-financière Vigeo Eiris a fixé la note de 64/100 en 2023. Le Groupe SEB se distingue particulièrement sur les thèmes de l'environnement (+ 26 pts vs la moyenne du secteur) et du social (+ 35 pts vs la moyenne du secteur).

PERFORMANCE

DES PARTIES PRENANTES

Collaborateurs, fournisseurs, pouvoirs publics, communautés locales et actionnaires, dans le monde entier, bénéficient des retombées économiques et financières de la performance du Groupe SEB. Le partage de la valeur créée est fait selon des choix stratégiques qui permettent au Groupe de nourrir ses objectifs et de préparer l'avenir de manière responsable.

PRINCIPAUX FLUX DE TRÉSORERIE ENTRE LE GROUPE ET SES DIFFÉRENTES PARTIES PRENANTES

CLIENTS

8 006 M€

- EMEA : 45 %*
- Asie : 34 %*
- Amériques : 17 %*

Les produits sourcés représentent 38 % des ventes.
* Hors Storebound*

GROUPE SEB

Sommes conservées

588,1 M€

Refinancement des investissements : 294 M€

Variations de provisions liées aux risques de l'activité : 50,6 M€

Mises en réserves propres : 243,5 M€

RÉPARTITION PAR PARTIE PRENANTE

FOURNISSEURS

5 205 M€

auprès de 26 000 fournisseurs pour l'ensemble du Groupe.

COLLABORATEURS

1 446,4 M€

Versés à près de 31 000 collaborateurs, 79 % salaires bruts, 21 % charges sociales.

20,1 M€ de participation et d'intéressement à verser en 2023.

ACTIONNAIRES

195,9 M€

Versés en 2023 au titre de l'exercice 2022.

DONS

3,6 M€

Dons faits aux associations et ONG via le Fonds Groupe SEB et/ou les filiales internationales dans le cadre de la politique mécénat du Groupe.

ÉTAT ET COLLECTIVITÉS LOCALES

219 M€

Impôt sur les sociétés : 147,6 M€
Impôts locaux : 71,4 M€

BANQUES ET INVESTISSEURS OBLIGATAIRES

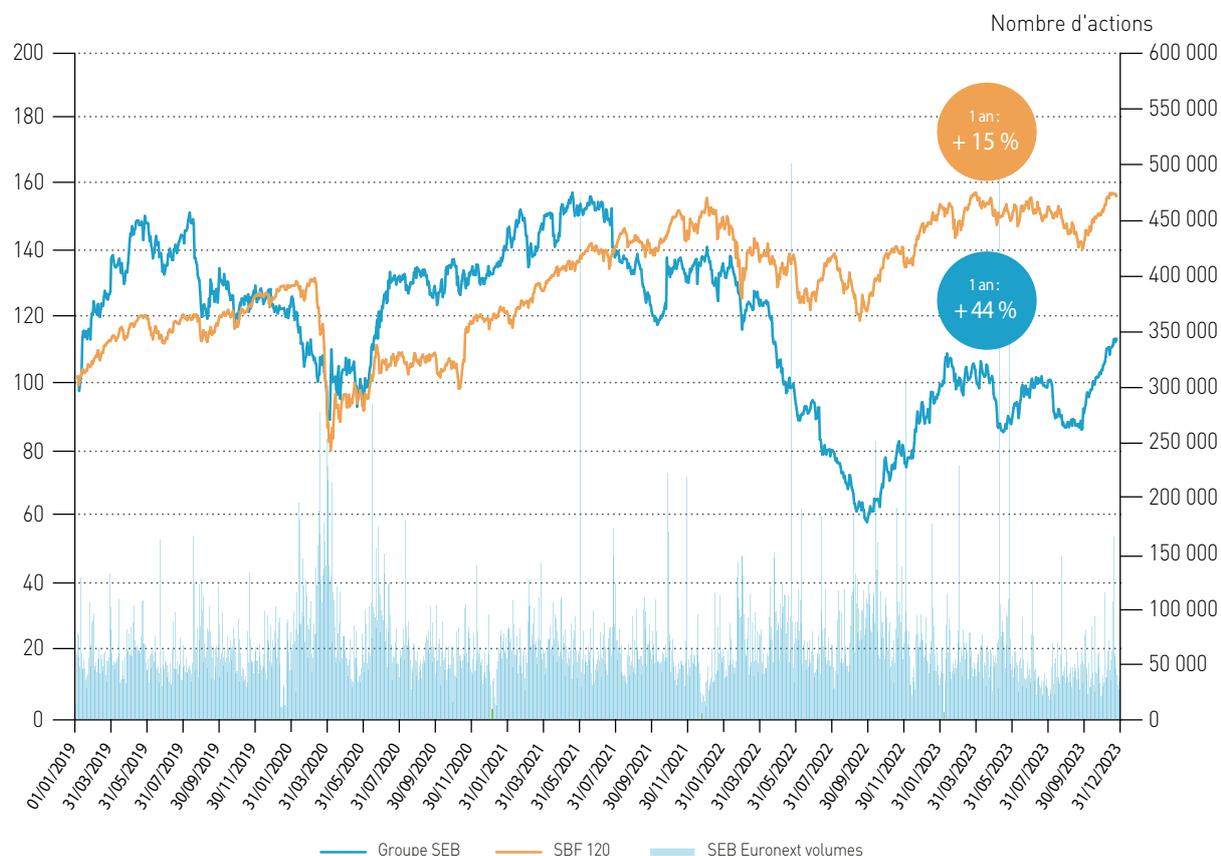
80,5 M€

Charges financières liées aux dettes financières et bancaires.

PERFORMANCE

BOURSIÈRE

ÉVOLUTION DU COURS DE L'ACTION DEPUIS LE 01/01/2019

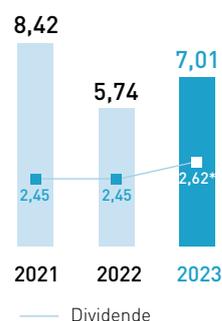


FICHE SIGNALÉTIQUE

Place de cotation Euronext Paris, Compartiment A
 Code ISIN FR0000121709
 Code LEI 969500WP61NBK098AC47
 Date d'introduction 27 mai 1975
 Nombre d'actions 55 337 770 actions de 1 € de nominal
 Indices boursiers CAC® Mid 60, SBF® 120, CAC® Mid & Small,
 CAC® All-Tradable, STOXX® Europe 600,
 Vigeo Europe 120, MSCI Global - FTSE4Good
 Euronext CDP Environment France
 Euronext Family Business
 Autres informations Éligible au SRD
 Tickers Reuters : SEBF.PA Bloomberg : SK.FP

RÉSULTAT NET PAR ACTION ET DIVIDENDE

(en €)



* proposé à l'Assemblée Générale du 23 mai 2024

Données historiques retraitées

PERFORMANCE 2023

Au 31/12/2023

Cours de clôture (en €) : 113,00
 Capitalisation boursière (en M€) : 6 253
 + haut (en séance, en €) : 115,8
 + bas (en séance, en €) : 78,85
 Moyenne de l'année (cours de clôture, en €) : 97,68
 Moyenne des 30 derniers cours de clôture de l'année (en €) : 107,9
 Moyenne journalière des transactions (en actions) : 56 580

Service Actionnaires

+33 (0)4 72 18 16 01 - actionnaires@groupeseb.com

Service Titres SEB - BP2S - Corporate Trust Services

+33 (0)1 57 43 90 00 - formulaire de contact disponible
 sur le site planetshares.bnpparibas.com/login

Direction de la Communication Groupe SEB

Conception, Création éditoriale et graphique, rédaction et réalisation : **TERRE DE SIENNE**

Ce rapport d'activité est imprimé sur des papiers issus de forêts gérées durablement.

Crédits photos : AUUM, Jean-François Deroubaix, L. D'Oliviera TarzShoot, Gastromotiva, Groupe SEB, iStock, L'Atelier du Photographe by Julien, Felix Ledru, Pierre Meyer AE Médias, Vulkam, Wakeo, White Mirror.



Groupe SEB
Campus SEB
112, chemin du Moulin Carron
69130 Écully – France
Tél. : +33 (0)4 72 18 18 18



www.groupeseb.com