



RÉSULTATS ANNUELS 2019

Paris | 27 février 2020

Retrouvez le webcast de la réunion
en cliquant [ici](#) ou sur www.groupeseb.com



- All-Clad
- ARNO
- ASIA
- calor
- clock
- Curtis
- emsa
- esteras
- HEPP
- imusa
- ORIGINAL KAISER
- Krampouz
- KRUPS
- Logaster
- MAHARAJA WHITELINE
- MIRRO
- Moulinex
- OBH NOROCCA
- PANEX
- Rochedo
- Rowenta
- samuraï
- schaerer
- SEB
- Silit
- SUPOR
- T-fal
- Tefal
- UMCO
- WearEver
- WMF

RÉSULTATS ANNUELS 2019

AVERTISSEMENT

Cette présentation 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 31 décembre 2019 audités par les Commissaires aux comptes et arrêtés par le Conseil d'Administration de SEB SA en date du 25 février 2020.

1. Encore une belle année
2. De bonnes performances
3. Une stratégie de long terme
4. Perspectives
5. Annexes



SOMMAIRE



01

ENCORE UNE BELLE
ANNÉE

Environnement général

- Un environnement général toujours compliqué et volatil
 - ➔ Tensions géopolitiques et commerciales et sociales
- Un secteur d'activité porteur et résilient
- Un contexte matières premières et devises plus favorable
- Des mutations persistantes de la distribution
 - ➔ Contexte promotionnel et concurrentiel

Une nouvelle année de croissance dynamique...



Professionnel

799 M€

+ 25,9 % + 12,1 % à tpc

Ventes
7 354 M€
+ 8,0 % + 5,8 % à tpc



Grand public

6 555 M€

+ 6,1 % + 5,2 % à tpc

...et de bonnes performances

Chiffres-clés 2019

Chiffre d'affaires

7 354 M€

+ 8,0 % + 5,8 % à tcpc

ROPA

740 M€

+ 6,5 % + 4,7 % à tcpc

Dette nette

1 997 M€

Dont 334 M€ d'IFRS 16

Résultat net

380 M€

- 9,4 %

Dividende proposé à l'AG 2020

au titre de l'exercice 2019

2,26 €, + 5,6 % *vs dividende 2018*

Poursuite du développement dans le Professionnel



Ventes annuelles ~ 80 M€



Ventes annuelles ~ 20 M€



SEB Alliance : Levier d'accélération de notre stratégie d'innovation

Un dispositif global de veille active sur les technologies disruptives...

... renforcé par une coopération avec des fonds leaders sur leur domaine

- Couverture internationale et sectorielle
- Capacité à détecter les tendances majeures

Une capacité à investir sur des sujets ciblés et prometteurs

SEB ALLIANCE

Depuis 2011

15 investissements directs
minoritaires – **2** majoritaires

6 fonds partenaires



SUSV

XAnge

b to v

En 2019

> 2 000 dossiers
accessibles

Beauté

FEELIGREEN
DERMO-INNOVATION



Home farming

CLICK & GROW™



Robotique

robart®



another
brain



ALKEMICS



Nouvelles catégories

Transformation digitale / IA

02

DE BONNES
PERFORMANCES

1

Ventes

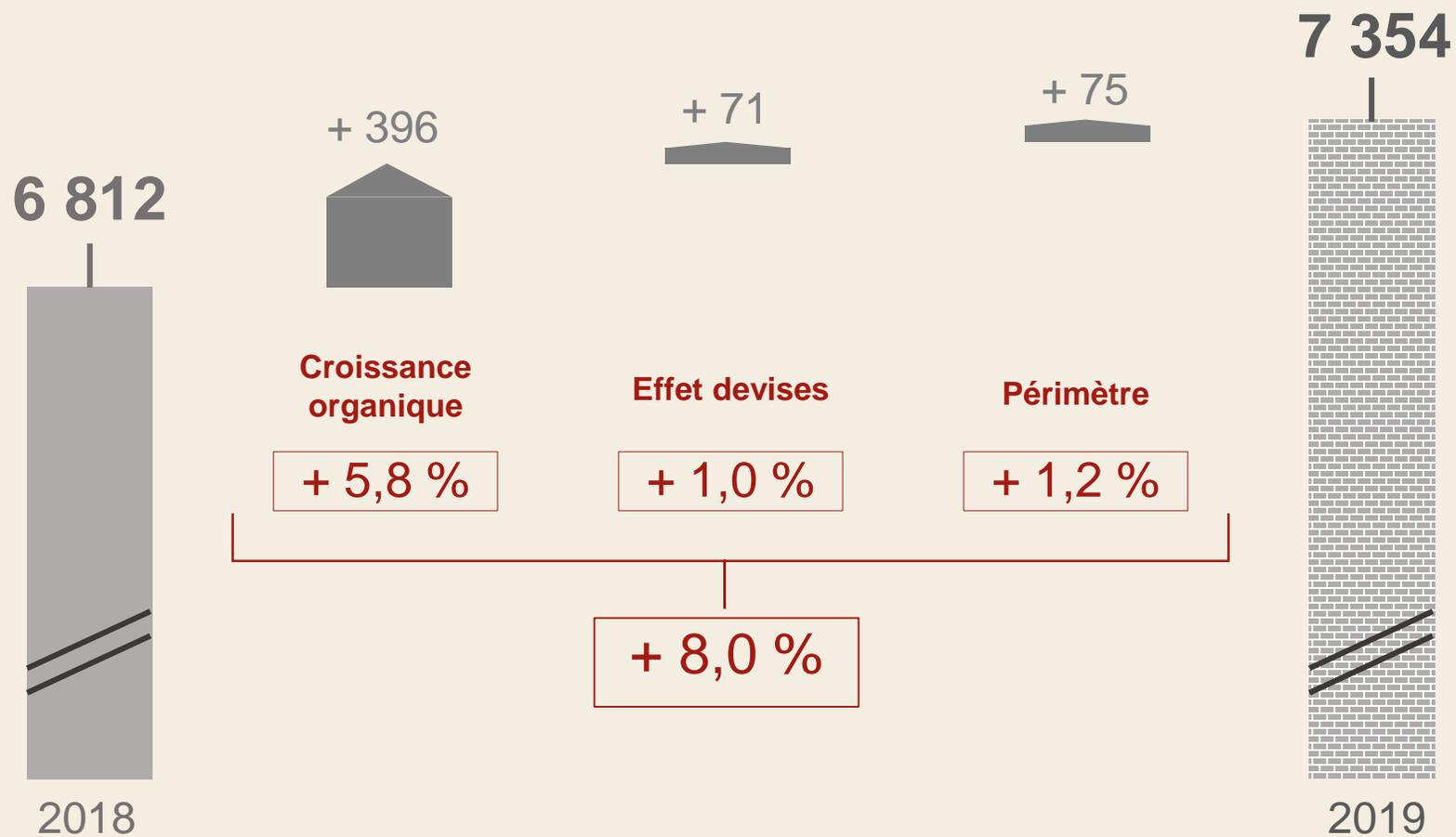
2

Résultats

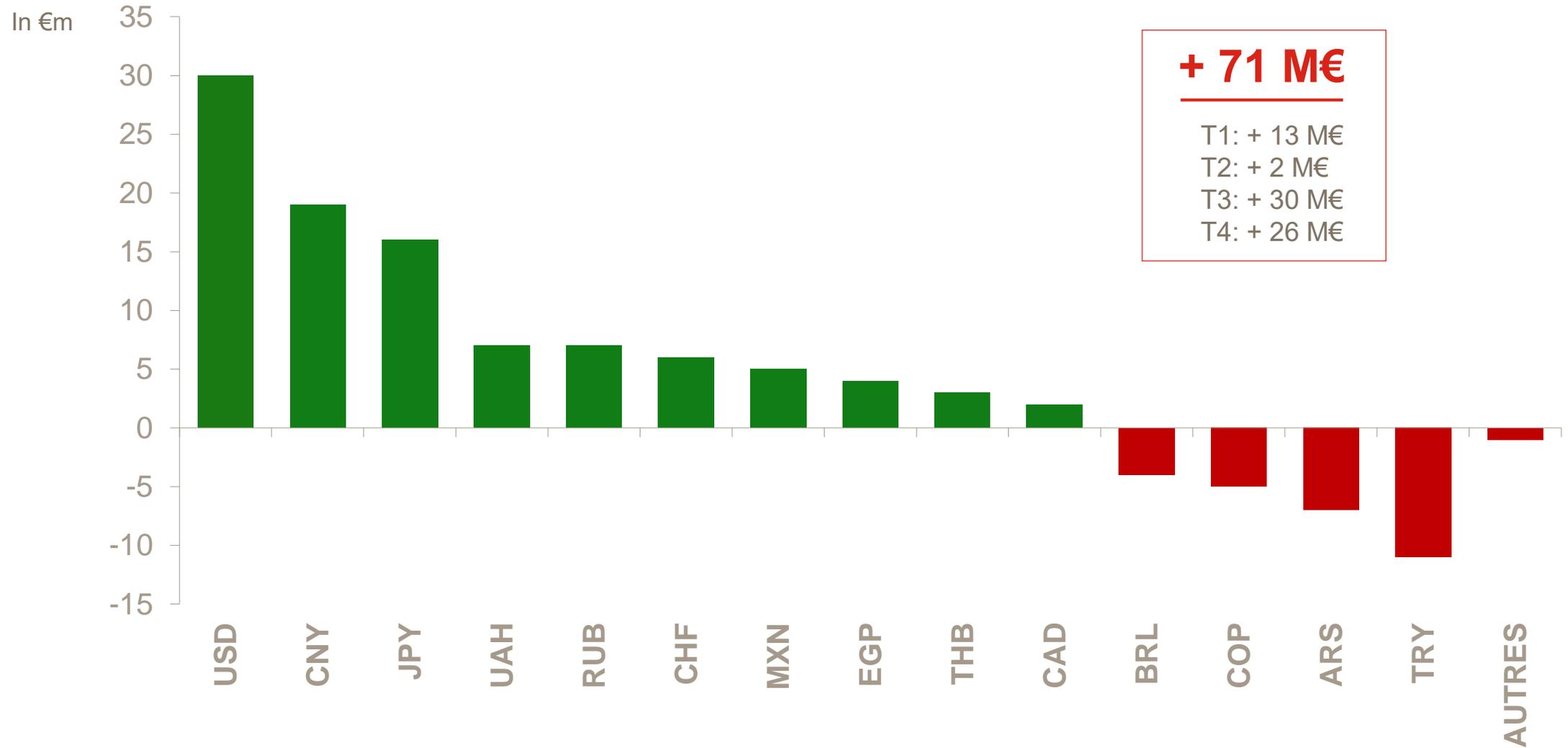


Évolution des ventes 2018 → 2019

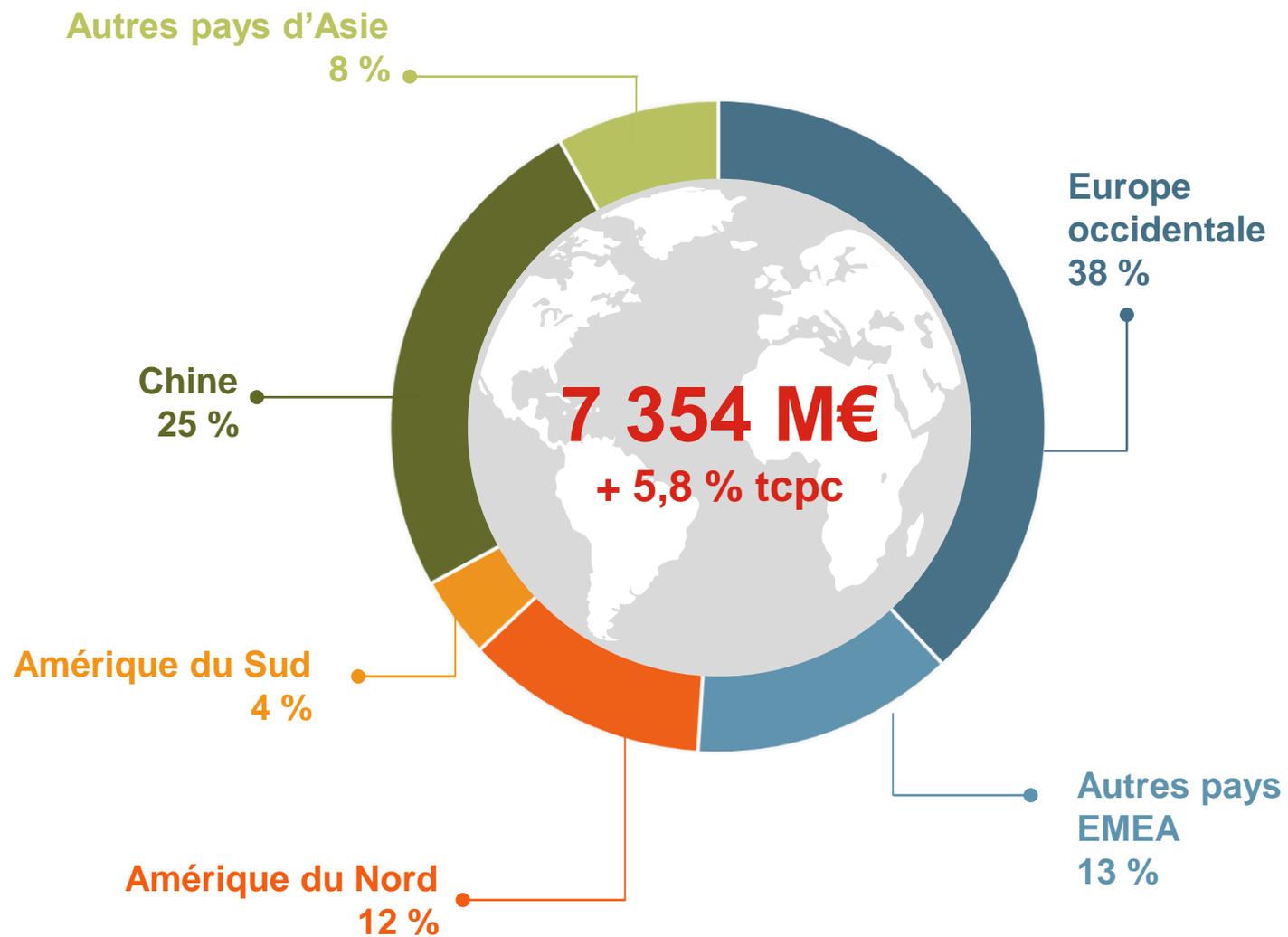
En M€



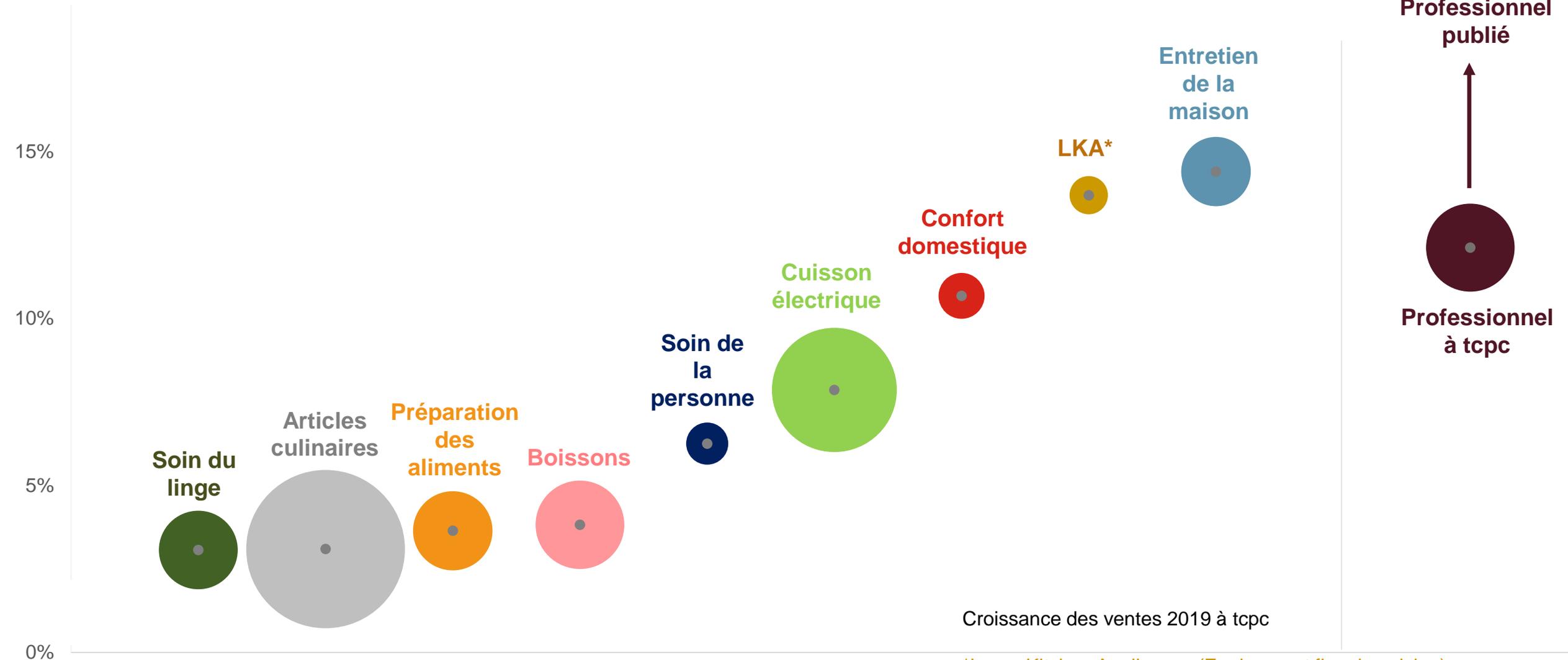
Impact devises sur les ventes 2019



Répartition géographique des ventes 2019



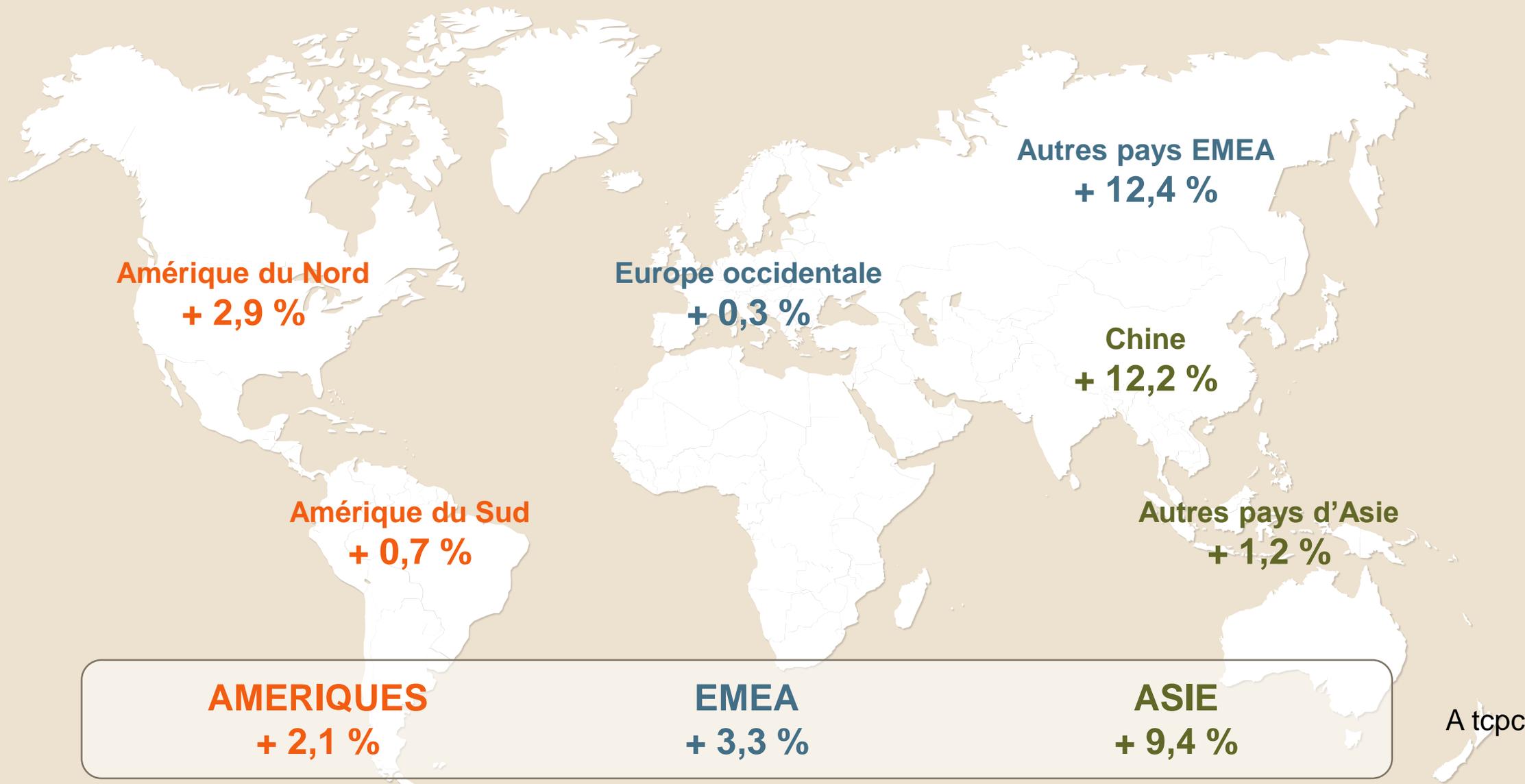
Croissance de toutes les lignes de produits



Grand Public



Croissance de toutes les zones géographiques



Palmarès des 20 premiers pays



Ventes Grand public à tpc
* Hors PIS-COFINS

Europe occidentale

Ventes
2 442 M€

Croissance organique
+ 0,3 %

FRANCE

- Ventes annuelles stables
- Bonnes performances en articles culinaires, plus difficile en PEM
- Fin d'année impactée par les grèves et des annulations / reports de commandes

ALLEMAGNE

- Mise en conformité des pratiques commerciales de Groupe SEB Deutschland

AUTRES PAYS

- ➔ **Italie, Belgique et Espagne**
- ➔ **Pays-Bas, Royaume-Uni**



Autres pays EMEA

Ventes
897 M€

Croissance organique
+ 12,4 %

Croissance forte sur des marchés porteurs

3 moteurs puissants de l'activité sur la zone

- Dynamique produits
- Activation commerciale et marketing offline et online
- Déploiement du *Retail* Groupe

RUSSIE et EUROPE CENTRALE

- Renforcement de notre leadership

TURQUIE et MOYEN-ORIENT

- Reprise



Amérique du Nord



Ventes
589 M€

Croissance organique
+ 2,9 %

USA

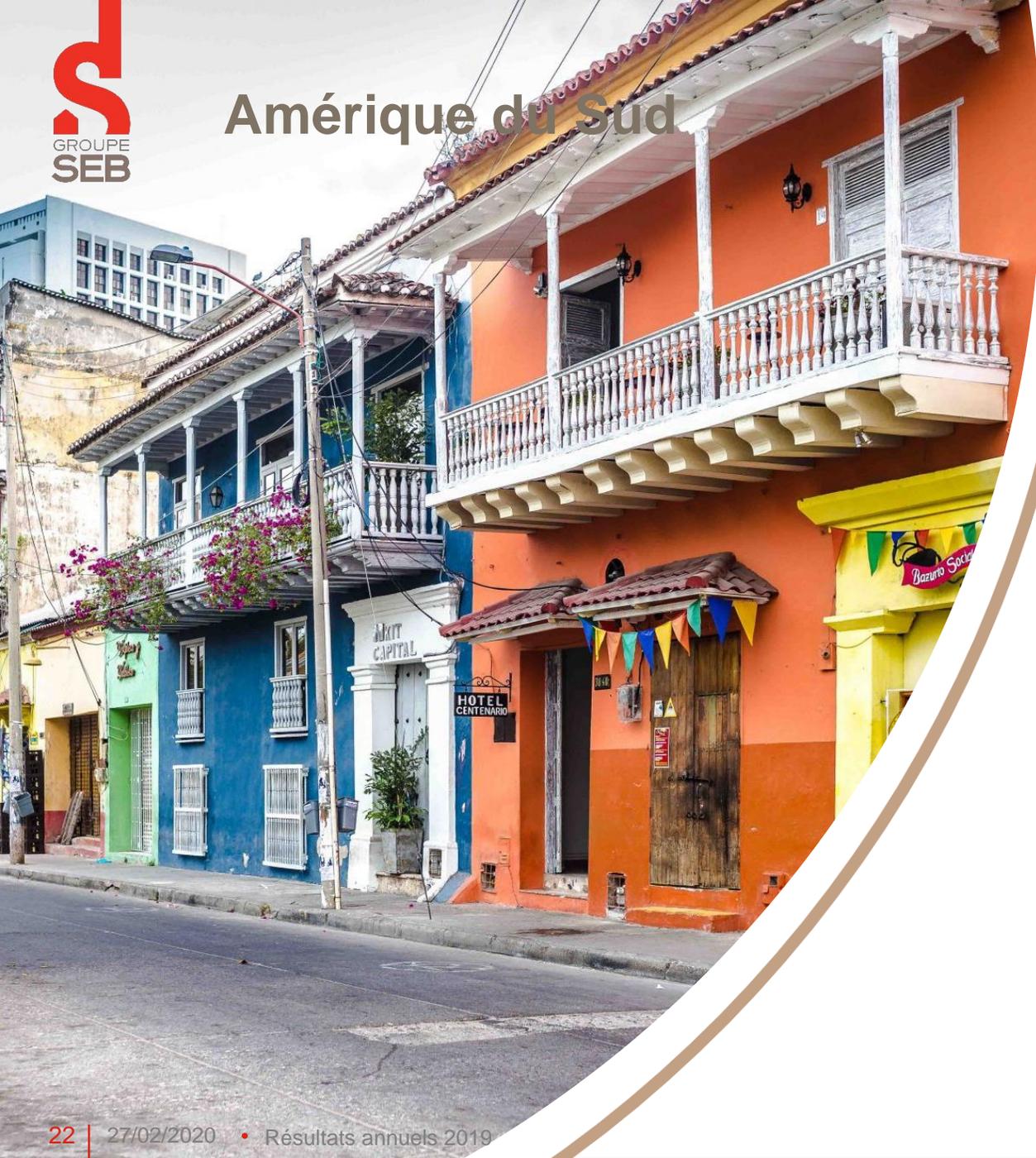
- Crise continue de la distribution Classique
 - Gains de PDM* en Articles culinaires et Soins du linge
- ➔ Leadership T-Fal et Rowenta

CANADA

- Contexte de marché difficile
- Croissance tirée par des opérations spécifiques

MEXIQUE

- Robuste progression des ventes annuelles
- T4 record



Ventes
326 M€

Croissance organique
+ 0,7 %

BRESIL

- Ventes tpc 2019 + 10 % hors effet PIS-COFINS*
- Bonne performance en ventilateurs et Dolce Gusto.
- Développement de nouvelles catégories : friteuses sans huile, grills...

COLOMBIE

- Croissance portée par les ventilateurs et les Articles culinaires, déploiement des friteuses sans huile
- Amélioration remarquable de la compétitivité industrielle
- Bonne activité du Retail Groupe

* Reconnaissance de créances fiscales (32 M€ en 2018, 8 M€ en 2019)

Chine

Ventes
1 762 M€

Croissance organique
+ 12,2 %

Croissance soutenue de l'activité courante de Supor sur un historique élevé, portée par le e-commerce

ARTICLES CULINAIRES

- Produits champions : woks, casseroles et mugs isothermes

PETIT ELECTROMENAGER

- Croissance portée par la cuisson électrique et les nouvelles catégories (défroisseurs, aspirateurs,...)

EQUIPEMENT FIXE DE CUISINE

- Moteurs de croissance : hottes, purificateurs d'eau

NOUVEAUX GAINS DE PDM DE SUPOR



Autres pays d'Asie

Ventes
539 M€

Croissance organique
+ 1,2 %

JAPON

- Poursuite d'une croissance ferme tirée par les produits emblématiques (articles culinaires, bouilloires,...)
- Développement encourageant de nouvelles catégories
- Succès confirmé du *Retail* Groupe

COREE DU SUD

- Marché en contraction, ventes annuelles à tpc en repli

AUTRES PAYS

- Retour à la croissance en **Australie**
- Progression vigoureuse en **Thaïlande et Malaisie**
- Ventes en baisse au **Vietnam**



Professionnel



Ventes
799 M€

Croissance organique
+ 12,1 %

CAFÉ PROFESSIONNEL

- Développement rapide confirmé
- Activité courante ferme et contrats majeurs
- Acquisition et intégration de Wilbur Curtis dans SEB Professional



1

Ventes

2

Résultats

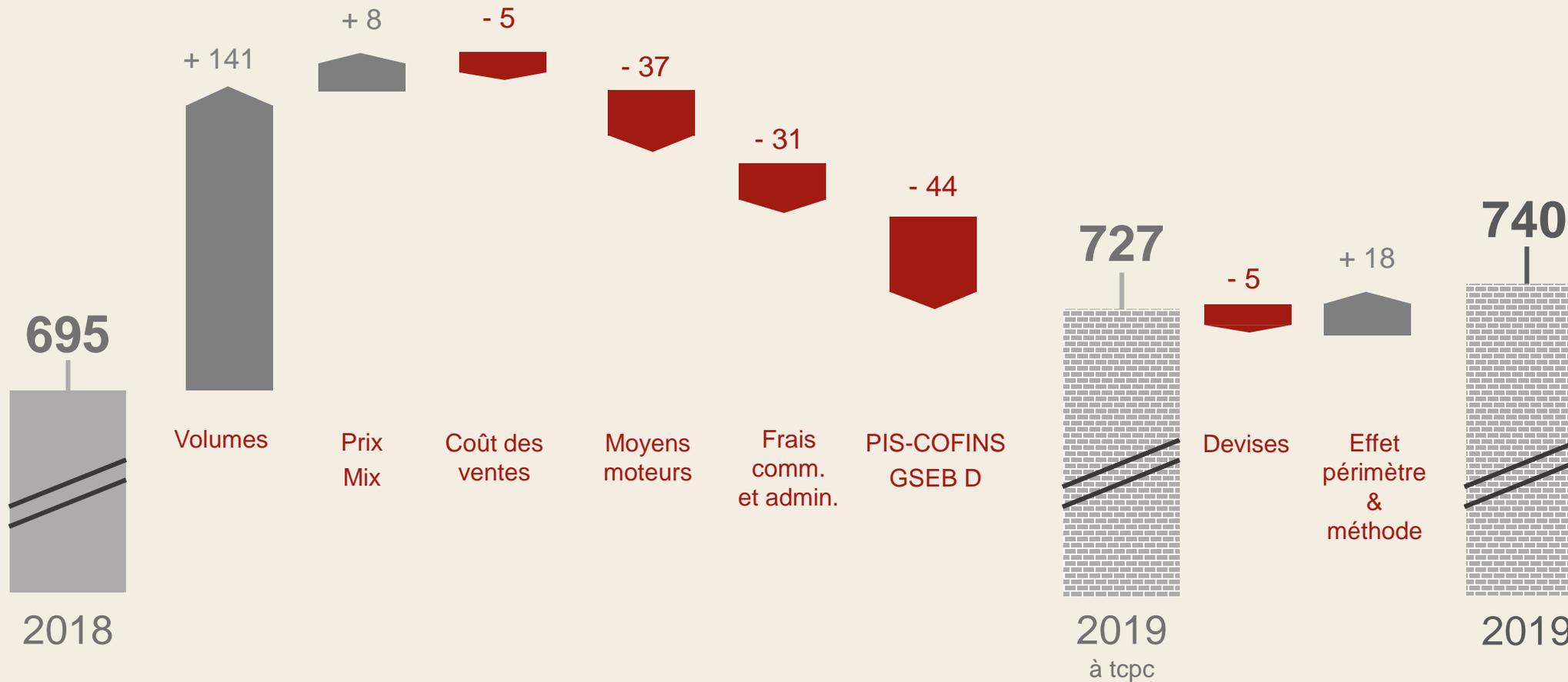


Résultat Opérationnel d'Activité (ROPA)

| En M€ | 2018 | 2019 | Δ | Δ tpc |
|-------------|------------|------------|----------------|----------------|
| Ventes | 6 812 | 7 354 | + 8,0 % | + 5,8 % |
| ROPA | 695 | 740 | + 6,5 % | + 4,7 % |
| <i>MOP</i> | 10,2 % | 10,1 % | - 0,1 % | - 0,1 % |

Construction du ROPA

En M€



Moyens moteurs

En M€

| | 2018 | 2019 | Δ tpc % |
|-----------------------------|------------|------------|----------------|
| Innovation | 247 | 267 | + 7,7 % |
| Publicité et marketing | 431 | 461 | + 5,9 % |
| Total moyens moteurs | 678 | 728 | + 6,5 % |

Innovation : montants bruts avant CIR et capitalisation

Résultat d'exploitation

| En M€ | 2018 | 2019 | Δ % |
|---|------------|------------|----------------|
| Résultat Opérationnel d'Activité (ROPA) | 695 | 740 | + 6,5 % |
| Intéressement et participation* | (34) | (37) | |
| Autres produits et charges d'exploitation | (36) | (82) | |
| Résultat d'exploitation | 625 | 621 | - 0,8 % |

*Incluant l'abondement du Groupe au plan d'actionnariat salarié de 2019 pour 2 M€

Résultat net

| En M€ | 2018 | 2019 | Δ % |
|-------------------------|------------|------------|----------------|
| Résultat d'exploitation | 625 | 621 | - 0,8 % |
| Résultat financier | (32) | (61) | |
| Impôts | (131) | (131) | |
| Intérêts minoritaires | (43) | (49) | |
| Résultat net | 419 | 380 | - 9,4 % |

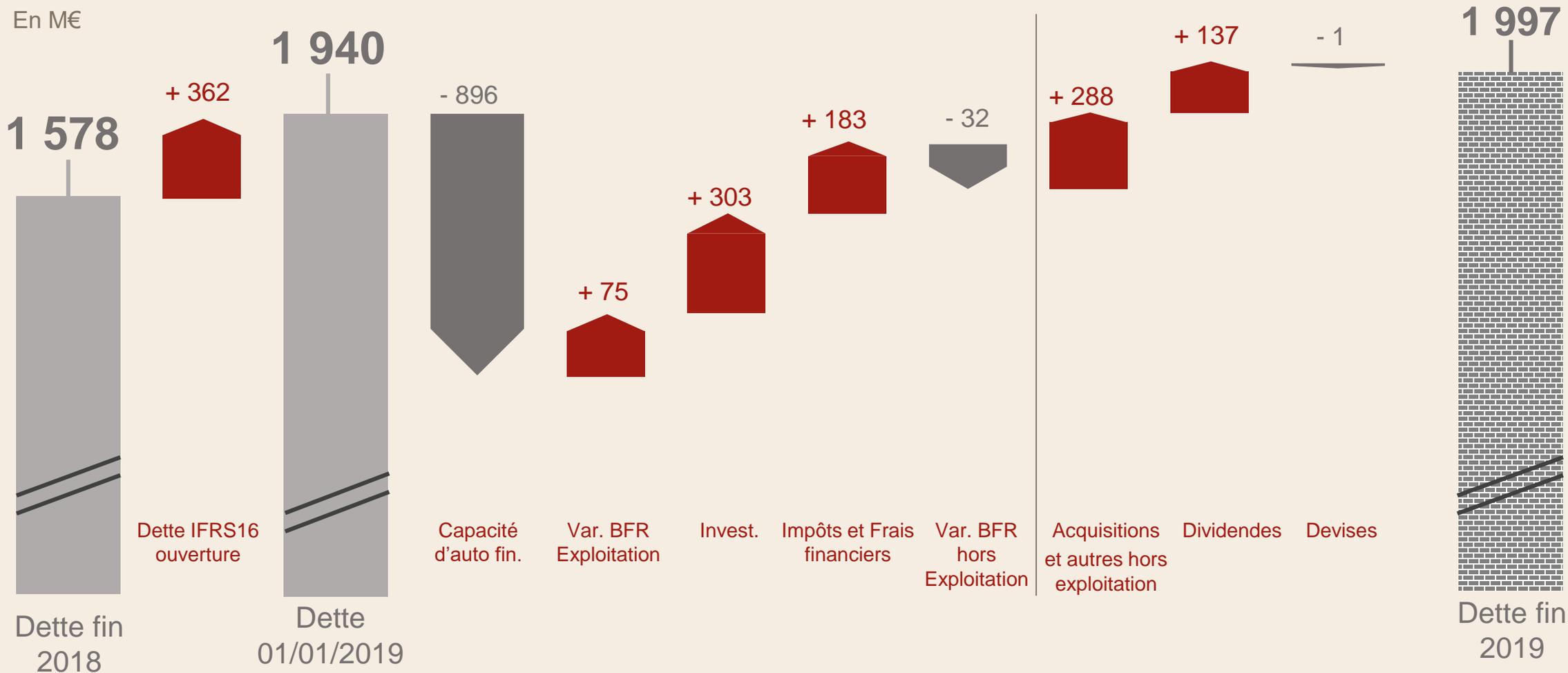
Bilan simplifié

| En M€ | 31/12/2018 | 31/12/2019 |
|------------------------------------|--------------|--------------|
| Actif immobilisé | 3 578 | 4 263 |
| BFR d'exploitation | 1 120 | 1 215 |
| Total des actifs à financer | 4 698 | 5 478 |
| Fonds propres | 2 307 | 2 628 |
| Provisions | 383 | 423 |
| Autres actifs et passifs à CT | 430 | 430 |
| Dette financière nette | 1 578 | 1 997* |
| Total des financements | 4 698 | 5 478 |

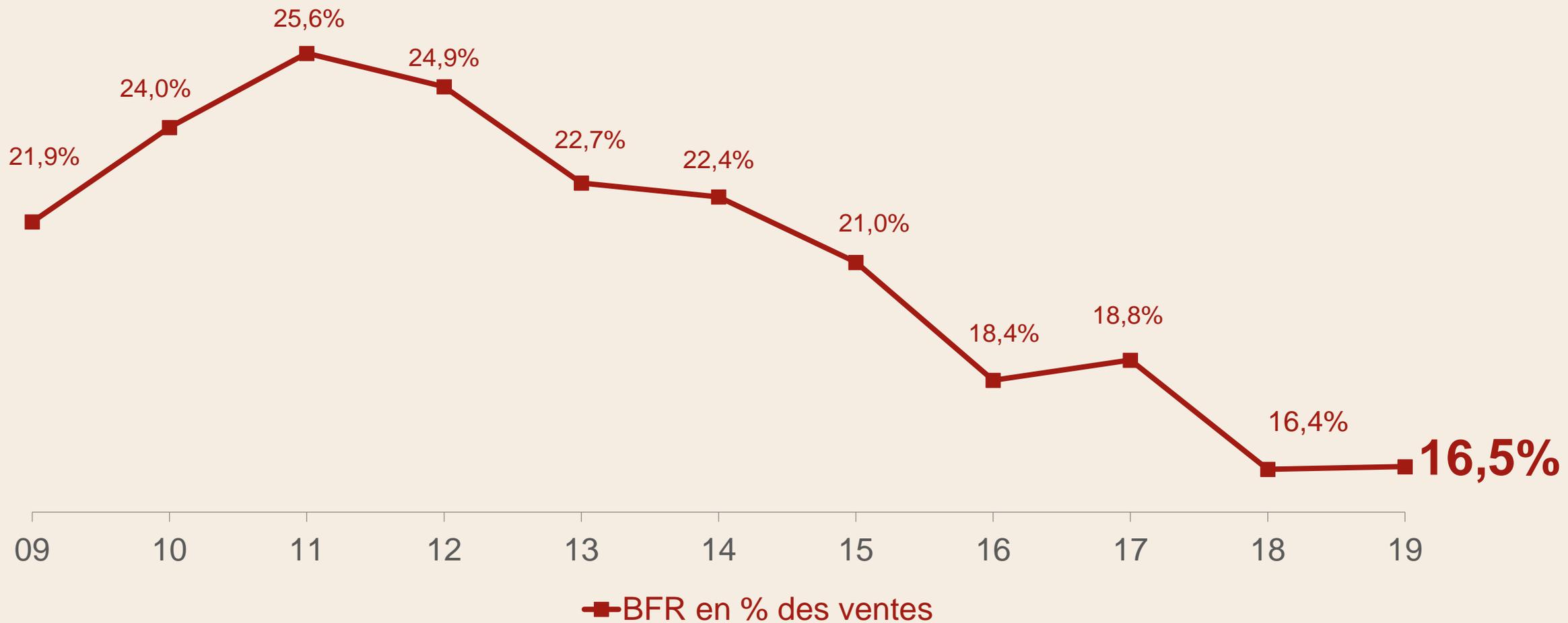
* Dont 334 M€ impact IFRS16

Évolution de l'endettement net

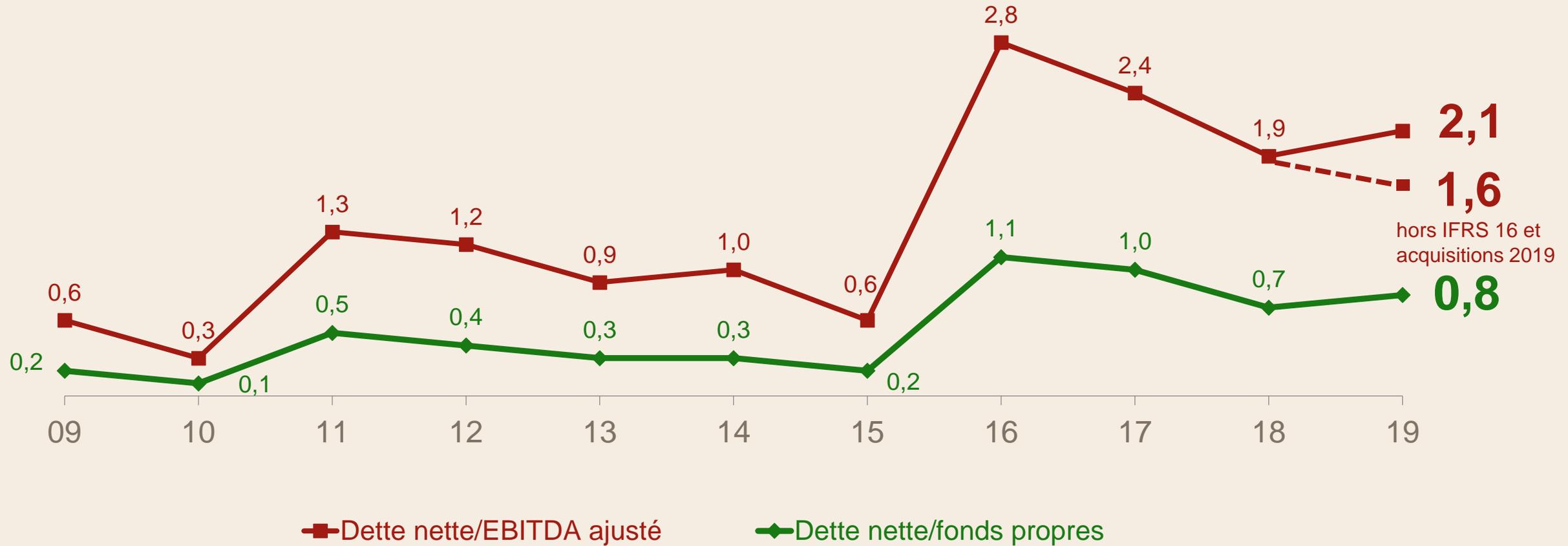
Cash-flow libre: 367 M€



Evolution du Besoin en Fonds de Roulement sur 10 ans



Ratios financiers



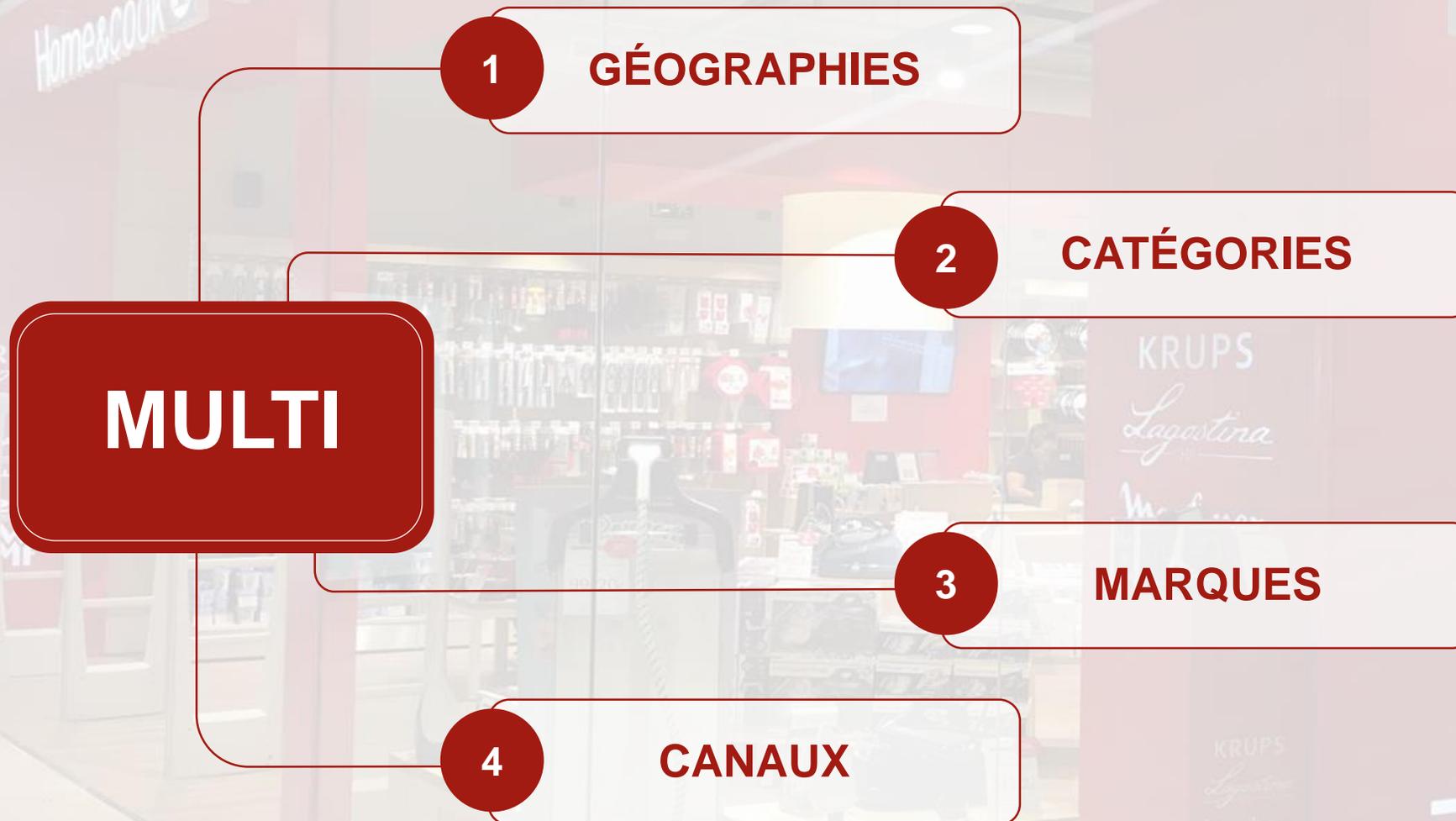
Ratios au 31/12



03

**UNE STRATÉGIE
DE LONG TERME**

Pertinence de notre modèle équilibré



Une présence mondiale et équilibrée...

1

Une implantation mondiale unique, de fortes positions locales

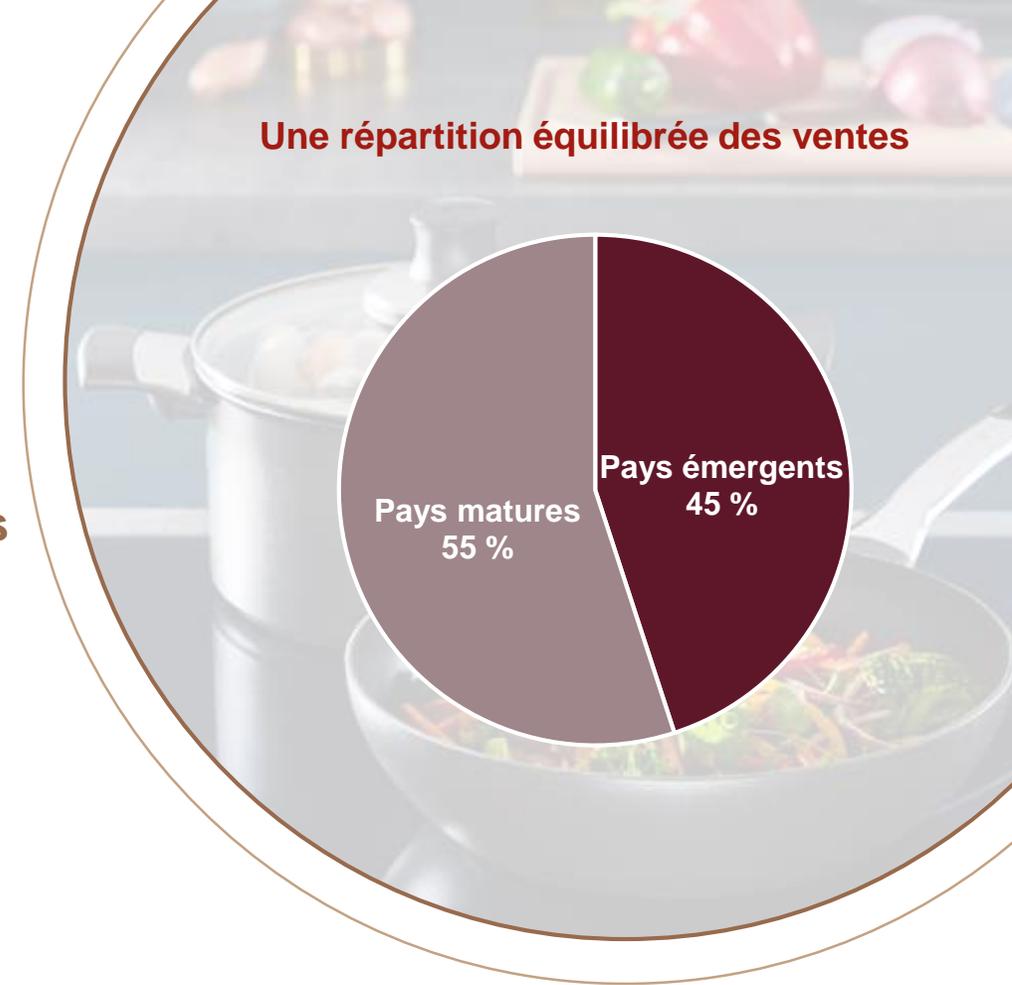
- ¾ du CA dans des pays où nous sommes #1 ou #2
- Extension continue de l'offre produit dans les marchés

La croissance externe comme catalyseur additionnel

Des leviers de croissance pérennes

- Des taux d'équipement hétérogènes
- Développement des pays matures → Renouvellement, montée en gamme
- Fort potentiel des émergents :
 - Développement des classes moyennes
 - CAGR ventes + 14 % à tpc depuis 2016

Une répartition équilibrée des ventes



... et en accélération dans de nouvelles économies

1

Une taille critique accrue dans les pays

20^{ème} pays en 2019 : **Ventes ~ 60 M€** vs. ~ 35 M€ en 2016

Une pépinière de pays en essor rapide

- **EMEA** : Slovaquie, Ukraine, Kazakhstan, Egypte...
- **Asie** : Thaïlande, Malaisie
- **Amériques** : Mexique, Colombie...



Une présence sur de nombreuses catégories de produits...

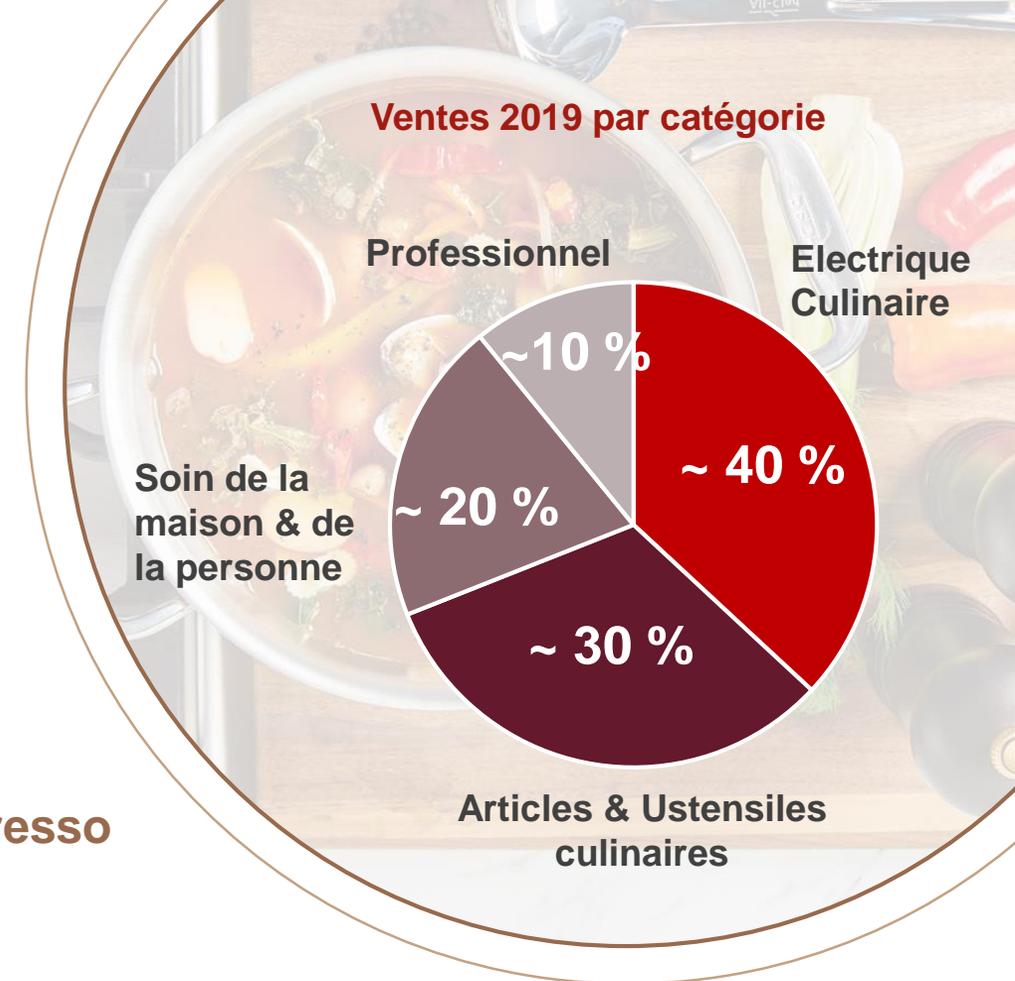
2

Leadership mondial en Articles culinaires, Electrique culinaire et Soin du Linge

Croissance régulière sur l'ensemble des catégories Grand Public

Leadership mondial en Café professionnel (machines expresso automatiques) → Développement et internationalisation

- CAGR Ventes + 16 % tpc sur 3 ans
- Succès majeurs aux US et en Chine
- Acquisitions : Wilbur Curtis et Krampouz



... et une capacité à se réinventer en permanence

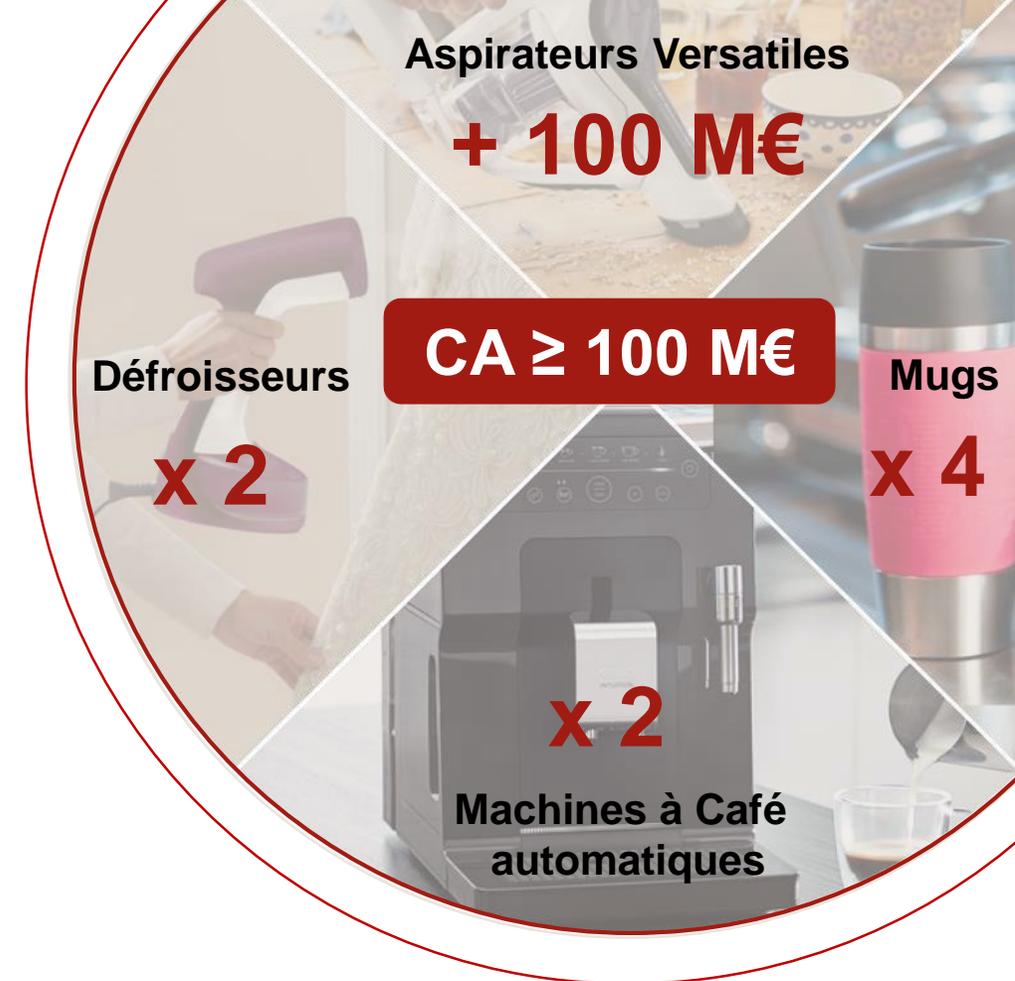
2

Créer de nouvelles opportunités produits en nous appuyant sur

- L'évolution des technologies et tendances de consommation
- Nos capacités d'innovation
- Des opérations de croissance externe ciblées

Accélérer en permanence le road-to-market et le parcours Consommateur

Etre pionnier en matière d'économie circulaire



Ventes 2016 - 2019

Un portefeuille unique de marques...

3

Fortes, diversifiées et complémentaires

- Grand Public, mondiales et régionales
- Premium
- Professionnelles

Organisées autour de plateformes → Coordination, démultiplication, cohérence

Marques engagées et inspirantes



... et un ancrage local

3

Des marques locales emblématiques, dans la vie quotidienne des consommateurs depuis 3 générations

- Héritage et crédibilité

Soutenues par des ambassadeurs locaux

- Chefs, influenceurs, communautés de consommateurs...

Acteurs de la société :

- Imusa : Journée des Tinteros en Colombie
- Supor : Financement de la construction d'écoles en Chine
- France : Programme "Malin" Moulinex



Une approche multicanale...

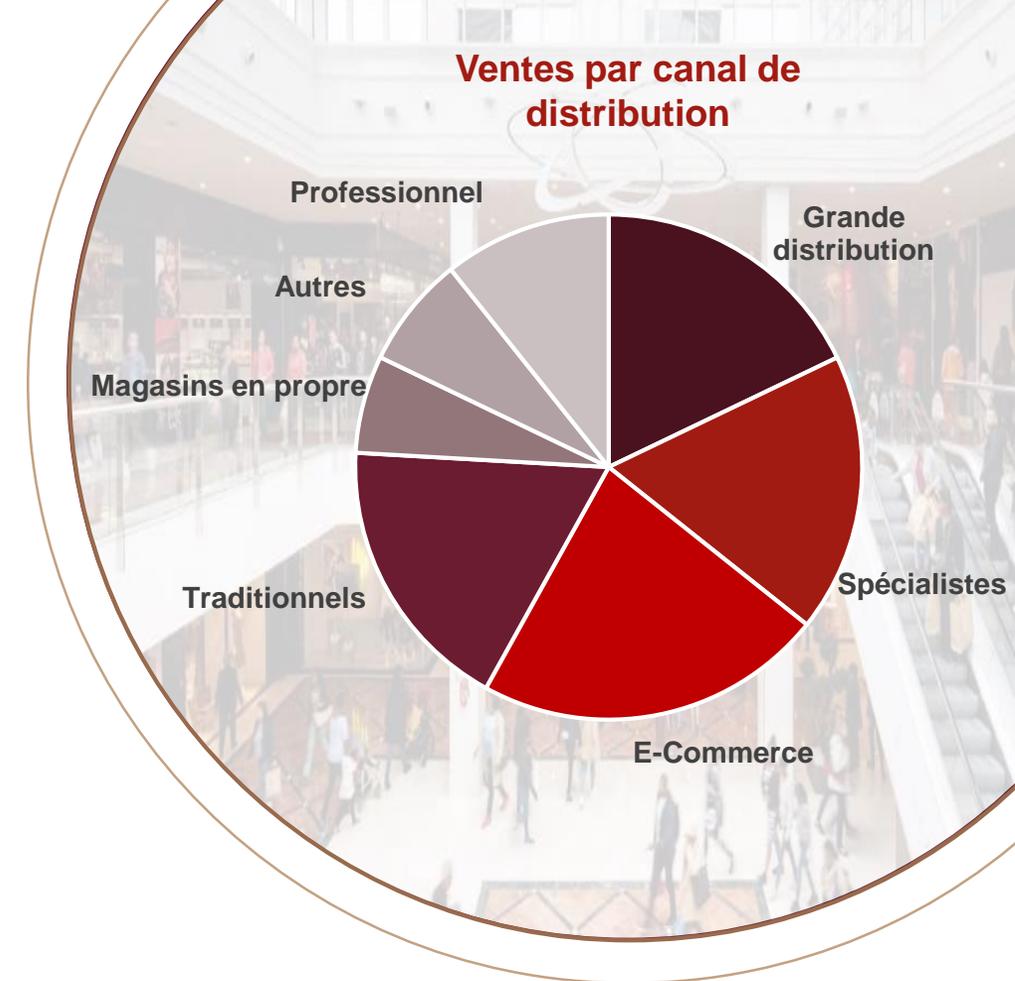
4

Complémentarité des réseaux

- Accès à tous les consommateurs
- Adaptation aux spécificités locales

Partenariats de long-terme avec les distributeurs

- Exécution, category management, merchandising
- Offres commerciales dédiées, LPs



... et une proximité accrue avec le consommateur

4

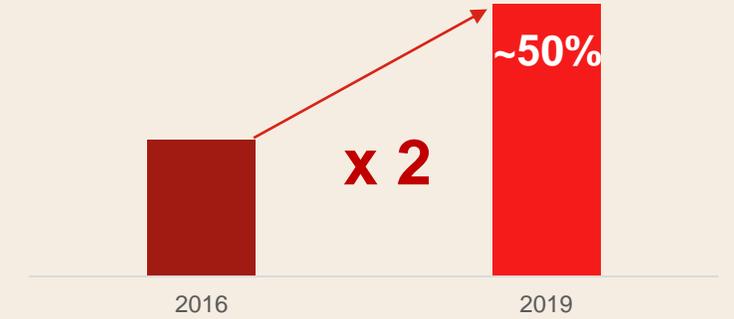
Approches digitales ciblées

- E-Commerce
- Investissements digitaux
- Relations directes avec les consommateurs (CRM)
- Communautés & applications

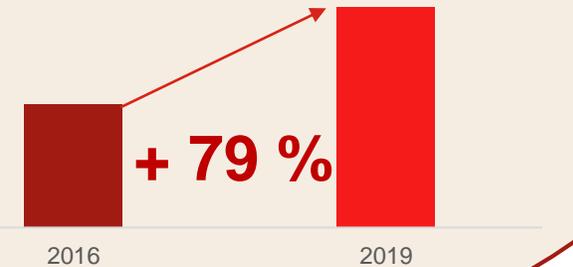
Approches directes

- Retail Groupe = 1 345 magasins dont 730 Supor Lifestores en Chine
→ + 135 vs 2016
- Développement du “DTC online”

Part du digital dans les investissements médias



Trafic sur les sites internet du Groupe



Un consommateur en transformation permanente...

Simplification



Facilité d'utilisation,
versatilité et
gain de temps

Santé & Bien-être



Alimentation saine
et valorisation
du fait-maison

Nouveaux usages



Expérience
personnalisée
et multiculturelle

Engagement



Quête de sens,
naturalité et
économie circulaire

Digitalisation



Ecommerce,
connexions et
communautés

... source de nouvelles opportunités pour le Groupe



04

PERSPECTIVES

Covid-19 : situation à date

Une priorité, la protection sanitaire de tous nos salariés

INDUSTRIE

- 6 de nos 7 usines en Chine ont redémarré la production
 - ➔ Montée en puissance pour atteindre la pleine production fin mars
 - ➔ Wuhan : quarantaine levée au mieux mi-mars et transfert des productions les plus urgentes vers les autres sites Supor ou des sous-traitants
- A date, pas d'impact sur nos 35 autres sites de production dans le monde (composants et activité)
- A date, pas de pénurie sur nos produits sourcés (stocks constitués avant le Nouvel An chinois)

ACTIVITE COMMERCIALE

- Impacts Chine essentiellement
- Perte de CA estimée à environ 250 M€ au 1^{er} trimestre

Groupe: contexte 2020

Environnement général incertain et enjeux liés au Covid-19

Anticipation d'une volatilité devises supérieure à 2019

Contexte matières premières plus favorable à ce stade

→ Anticipation de performances en baisse au 1er trimestre

- Impacts Covid-19 à compter du mois de février (Chine, Asie)
- Pas d'impact majeur sur notre *supply chain* à ce stade
- Effets de base Chinese New Year 2019 et Café Professionnel

→ Capacité du Groupe à traverser les crises

- Flexibilité de notre outil industriel
- Cap de long terme



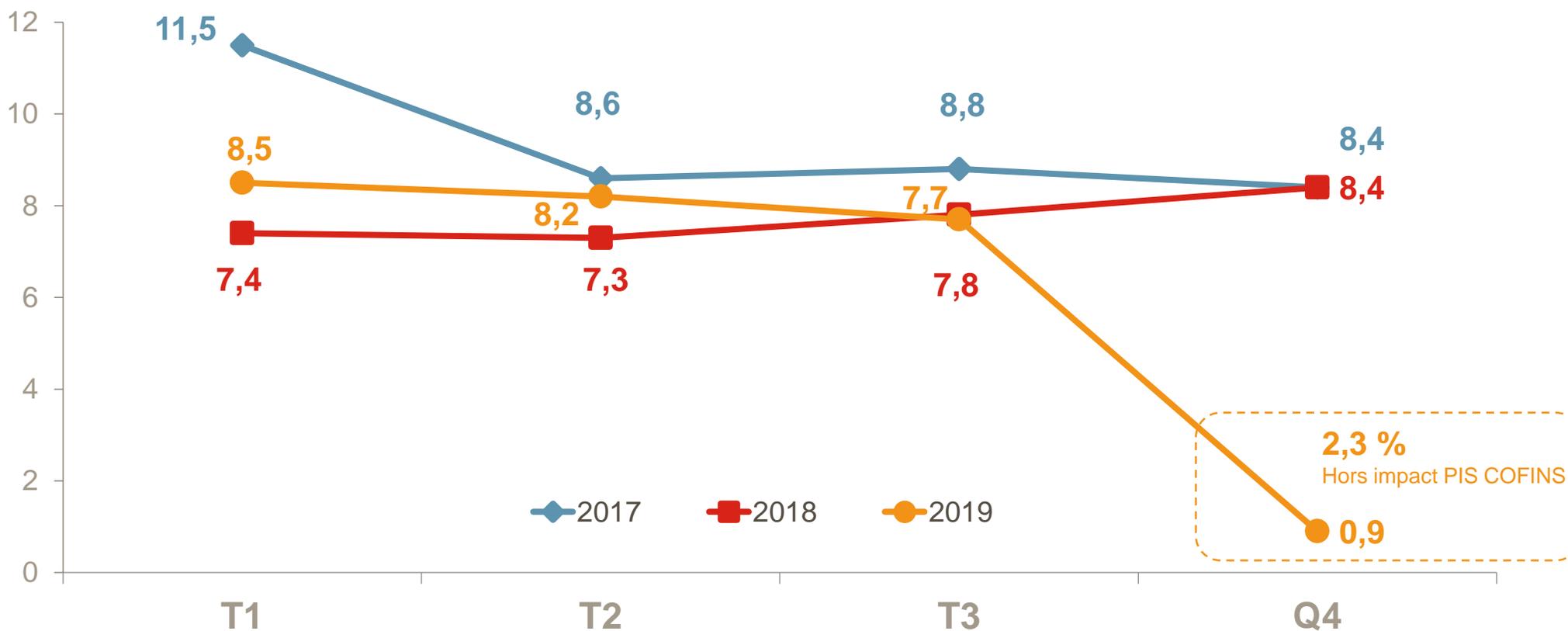
05

ANNEXES

Croissance organique des ventes par trimestre

En %

| 2017 | 2018 | 2019 |
|---------|---------|---------|
| + 9,2 % | + 7,8 % | + 5,8 % |



Mise en œuvre d'IFRS 16 – Impacts sur 2019



1 300 contrats



Magasins



Bureaux



Entrepôts



Véhicules

GROUPE SEB
Impact sur :

| | |
|-------------------------------------|---|
| Dette nette | ↑ |
| + 334 M€ au 31 décembre 2019 | |
| EBITDA ajusté | ↑ |
| + 96 M€ | |
| ROPA | ↑ |
| + 9 M€ | |
| Résultat Net | ↓ |
| - 6 M€ | |

→ Pas d'impact de trésorerie

Ventes annuelles par zone géographique

En M€

| | 2018 | 2019 | Parités courantes | tcpu | T4 2019 tcpu |
|---------------------------|--------------------|--------------------|-------------------|----------------|----------------|
| EMEA | 3 223 | 3 339 | + 3,6 % | + 3,3 % | - 1,1 % |
| Europe occidentale | 2 430 | 2 442 | + 0,5 % | + 0,3 % | - 4,8 % |
| Autres pays | 793 | 897 | + 13,1 % | + 12,4 % | + 10,7 % |
| AMERIQUES | 887 | 915 | + 3,2 % | + 2,1 % | - 9,8 % |
| Amérique du Nord | 547 | 589 | + 7,8 % | + 2,9 % | - 3,8 % |
| Amérique du Sud | 340 ⁽¹⁾ | 326 ⁽²⁾ | - 4,3 % | + 0,7 % | - 19,0 % |
| ASIE | 2 067 | 2 301 | + 11,3 % | + 9,4 % | + 9,9 % |
| Chine | 1 554 | 1 762 | + 13,3 % | + 12,2 % | + 15,4 % |
| Autres pays | 513 | 539 | + 5,1 % | + 1,2 % | - 2,6 % |
| TOTAL Grand Public | 6 177 | 6 555 | + 6,1 % | + 5,2 % | + 0,4 % |
| Professionnel | 635 | 799 | + 25,9 % | + 12,1 % | + 6,3 % |
| Groupe SEB | 6 812 | 7 354 | + 8,0 % | + 5,8 % | + 0,9 % |

% calculés sur chiffres non arrondis

(1) dont 32 M € de créances fiscales au Brésil

(2) Dont 8 M € de créances fiscales au Brésil

Ventes trimestrielles 2019

En M€

| | T1 | T2 | S1 | T3 | 9 mois | T4 | 2019 |
|---------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------------|
| EMEA | 711 | 690 | 1 401 | 779 | 2 180 | 1 159 | 3 339 |
| Europe occidentale | 519 | 515 | 1 033 | 553 | 1,586 | 856 | 2 442 |
| Autres pays | 192 | 175 | 368 | 226 | 594 | 303 | 897 |
| AMERIQUES | 169 | 194 | 362 | 268 | 630 | 285 | 915 |
| Amérique du Nord | 103 | 121 | 224 | 176 | 400 | 190 | 589 |
| Amérique du Sud | 66 | 73 | 138 | 92 | 230 | 95 | 326 ⁽¹⁾ |
| ASIE | 659 | 523 | 1 182 | 533 | 1 715 | 586 | 2 301 |
| Chine | 541 | 396 | 938 | 401 | 1 339 | 423 | 1 762 |
| Autres pays | 118 | 127 | 244 | 132 | 376 | 163 | 539 |
| TOTAL Grand Public | 1 539 | 1 407 | 2 946 | 1 579 | 4 525 | 2 030 | 6 555 |
| Professionnel | 183 | 208 | 391 | 198 | 589 | 210 | 799 |
| Groupe SEB | 1 722 | 1 615 | 3 337 | 1 777 | 5 114 | 2 240 | 7 354 |

(1) Dont 8 M € de créances fiscales au Brésil

Glossaire

A taux de change et périmètre constants (à tcpc) - Organique

Les montants et les taux de croissance à taux de change et périmètre constants (ou organiques) de l'année N par rapport à l'année N-1 sont calculés :

- en utilisant les taux de change moyens de l'année N-1 sur la période considérée (année, semestre, trimestres)
- sur la base du périmètre de consolidation de l'année N-1.

Cette pratique concerne essentiellement les ventes et le Résultat Opérationnel d'Activité.

Résultat Opérationnel d'Activité (ROPA)

Le Résultat Opérationnel d'Activité (ROPA) est le principal indicateur de performance du Groupe SEB. Il correspond aux ventes diminuées des frais opérationnels, à savoir, du coût des ventes, des frais d'innovation (R&D, marketing stratégique, design), de la publicité, de marketing opérationnel et des frais commerciaux et administratifs. L'intéressement et la participation, ainsi que les autres produits et charges d'exploitation non courants en sont exclus.

EBITDA ajusté

L'EBITDA ajusté correspond au Résultat Opérationnel d'Activité diminué de l'intéressement et de la participation, auquel on ajoute les amortissements et les dépréciations opérationnels. Endettement financier net (ou dette financière nette).

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).

Dette financière nette

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.

Relations Analystes/Investisseurs

Groupe SEB
Direction de la Communication Financière
et des Relations Investisseurs

Isabelle Posth
Raphaël Hoffstetter

iposth@groupeseb.com
rhoffstetter@groupeseb.com

Tel: +33 (0) 4 72 18 16 04
comfin@groupeseb.com

www.groupeseb.com



Presse

Groupe SEB
Direction de la Communication Corporate
Caroline Philips

cphilips@groupeseb.com

Tel: +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

Tel: +33 (0) 1 53 70 74 48



Prochains événements 2020

28 avril | après bourse

Ventes et informations financières T1 2020

19 mai | 15:00

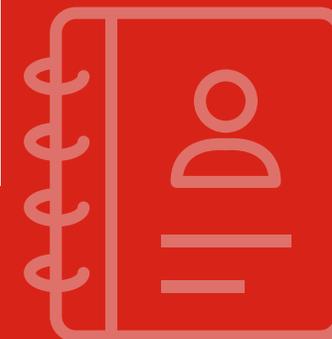
Assemblée générale

23 juillet | avant bourse

Ventes et résultats S1 2020

26 octobre | après bourse

Ventes et informations financières 9 mois 2020



AGENDA