

# L'essentiel

# 2019



# Message du **Président**



## **2018 : DE SOLIDES PERFORMANCES**

Dans un environnement général plus compliqué qu'anticipé, le Groupe SEB a réalisé en 2018 de bonnes performances, avec une croissance organique de près de 8%, un Résultat Opérationnel d'Activité en progression de 2,5% – malgré des effets négatifs matières et devises de plus de 100 M€ – et un Résultat net pour la première fois supérieur à 400 M€. La poursuite du désendettement s'est traduite par un ratio dette nette / EBITDA ajusté inférieur à 2 à fin décembre, conforme à l'objectif que nous nous étions fixé.

“ Dans un environnement général globalement tendu, il nous faut agir efficacement, toujours mieux cibler nos actions et saisir tous les leviers de croissance rentable. ”

Nos grands moteurs de croissance ont pleinement fonctionné : la Chine, bien sûr, où Supor continue de surperformer un marché toujours porteur, le Japon, la Corée, l'Europe centrale, l'Ukraine et la Russie. Du côté des activités, la dynamique a été robuste en Entretien des sols, Cuisson électrique, Préparation des aliments et Café professionnel. Enfin, le e-commerce a également été un solide contributeur à la croissance et représente aujourd'hui près de 25% du chiffre d'affaires du Groupe.

## **UNE STRATÉGIE DE LONG TERME**

Notre stratégie de croissance rentable, qui repose sur la force de notre portefeuille de marques, une solide dynamique produits, une présence dans tous les canaux de distribution, dans le monde entier, nous confère un avantage compétitif majeur. Elle est mise en œuvre au quotidien par des équipes passionnées, toujours prêtes à relever de nouveaux défis, et que je tiens ici à remercier pour leur professionnalisme et leur engagement.

Elle s'inscrit dans le long terme avec une démarche responsable aux plans environnementaux, sociétaux et sociaux, largement reconnue et créatrice de valeur pour tous.

## **DES ACQUISITIONS STRATÉGIQUES**

Cette année 2018 a également été marquée par des acquisitions stratégiques pour le Groupe.

Sur le plan international, nous avons signé avec notre partenaire historique en Égypte, la famille Zahran, un accord de regroupement des activités Petit électroménager et Articles culinaires, nous permettant ainsi de renforcer notre présence industrielle et commerciale sur le marché.

Plus récemment le rachat de 100% des activités de Wilbur Curtis, n°2 américain du café filtre professionnel, confirme, après l'acquisition de WMF, notre ambition de prendre le leadership américain du café professionnel tous segments confondus.

Le Groupe a par ailleurs renforcé son expertise digitale avec l'acquisition de 750g International, éditeur de sites et services culinaires.

Ces acquisitions, complémentaires à celles réalisées depuis plusieurs années, nous permettront de poursuivre notre dynamique commerciale, d'enrichir nos expertises et nous ouvrent de nouvelles voies à l'international.

## **PERSPECTIVES 2019**

2019 s'est ouvert sur un environnement qui demeure incertain. Plus spécifiquement, le Groupe anticipe des effets devises et matières premières toujours pénalisants, mais d'une moindre ampleur qu'en 2018. Le Groupe est bien armé et se fixe comme objectif 2019 de réaliser une nouvelle croissance organique de ses ventes et une progression de son Résultat Opérationnel d'Activité.

**Thierry de La Tour d'Artaise**  
Président-Directeur Général

# Notre **mission**

**FACILITER ET EMBELLIR  
LA VIE QUOTIDIENNE  
DES CONSOMMATEURS  
DU MONDE ENTIER**

# Nos **valeurs**

Animé par les valeurs profondes léguées par ses fondateurs plaçant l'Homme au cœur de sa stratégie, le Groupe s'attache à respecter une philosophie d'entreprise fondée sur **la modernité, le sens de la responsabilité, la solidarité et l'engagement.**



**VOLONTÉ  
D'ENTREPRENDRE**



**PASSION POUR  
L'INNOVATION**



**PROFESSIONNALISME**



**RESPECT DE  
LA PERSONNE**



**ESPRIT DE GROUPE**



## PETIT ÉLECTROMÉNAGER

Partout dans la maison, le Groupe SEB accompagne les consommateurs au quotidien. Dans la cuisine avec des produits **Électriques culinaires** pour la cuisson, la préparation des aliments et celle des boissons : friteuses, cuiseurs à riz, autocuiseurs électriques, appareils conviviaux, grills, grille-pain, multicuiseurs, cafetières filtre ou à dosettes, machines expresso, bouilloires, tireuses à bière, extracteurs de lait de soja, blenders, robots cuiseurs, robots pâtisseries, mixeurs, batteurs... Dans les autres pièces avec nos produits de **Soin du linge, de la maison et de la personne** : fers et générateurs vapeur, défroisseurs, aspirateurs traîneaux avec ou sans sac, aspirateurs balais, robots, vapeur, ventilateurs, appareils de chauffage, de traitement de l'air, appareils de coiffure, d'épilation, pèse-personnes...

# 3 univers produits

## ARTICLES CULINAIRES

Qu'ils soient à base d'aluminium, d'inox, de cuivre, de fonte, revêtus ou non, en verre ou bien encore en plastique, les articles culinaires du Groupe SEB **répondent à toutes les attentes des consommateurs en cuisine ou en**

**mode nomade** : poêles, casseroles, faitouts, autocuiseurs, moulerie traditionnelle ou souple, boîtes de conservation, mugs isothermes, carafes, gourdes, ustensiles, coutellerie...



## PROFESSIONNEL

Avec l'acquisition de WMF en 2016 et celle de Wilbur Curtis début 2019, le Groupe s'est positionné comme un acteur incontournable du **Café professionnel** et confirme sa détermination à poursuivre son expansion dans ce secteur avec à la fois des machines tout



automatiques, filtres ou hybrides, connectées. Le segment professionnel est complété par une offre en **Équipement Hôtelier** premium riche et diversifiée.





**MIEUX ANTICIPER** les demandes de nos consommateurs c'est détecter les tendances, décrypter les usages et identifier ce que sera le petit équipement domestique de demain.

**MIEUX RÉPONDRE** aux envies et aux besoins de nos consommateurs partout dans le monde c'est leur apporter des produits et des services pertinents, utiles et de qualité. C'est aussi adapter nos canaux de distribution pour construire une relation de confiance avec nos clients distributeurs.

**MIEUX INNOVER**, c'est être à la pointe de notre secteur en enrichissant en permanence nos connaissances scientifiques, technologiques ou sociales, en repensant sans cesse nos méthodes de travail en s'adossant à des partenaires reconnus.

**MIEUX PRODUIRE**, c'est gagner en compétitivité et en efficacité en pilotant de manière fine notre outil industriel et l'ensemble de notre chaîne de production. C'est aussi innover en permanence pour viser l'excellence opérationnelle dans le respect de nos engagements.



**MIEUX ACCOMPAGNER** c'est valoriser les expertises et la diversité de nos collaborateurs pour construire une culture commune. C'est aussi encourager l'implication citoyenne dans des projets porteurs de sens.

# Mieux vivre



**MIEUX S'ENGAGER** C'est ouvrir les frontières du Groupe sur son écosystème et accompagner de manière durable les grands enjeux de notre société. Le Développement durable s'inscrit au cœur de la stratégie du Groupe. Capitalisant sur les progrès réalisés en matière d'éthique et droits de l'Homme, de politique sociale responsable, de solidarité, d'innovation durable et d'environnement, le Groupe a franchi une nouvelle étape en 2018 en intégrant à ses engagements développement durable les enjeux liés à ses métiers.

**LE GROUPE ENCOURAGE L'ENGAGEMENT DES SALARIÉS AUTOUR DE PROJETS RESPONSABLES.**

Ci-dessus, en Colombie, Imusa soutient les Tinteros, vendeurs de café ambulants.

Ci-contre, sensibilisation au recyclage au sein de la filiale égyptienne.



Hong Kong – préparation de repas  
Food Angel.

En Chine, Supor soutient l'éducation des plus défavorisés, dans toutes les provinces.



# Une histoire de **croissance**

Le développement du Groupe SEB repose sur une stratégie de croissance organique soutenue, portée par une forte dynamique d'innovation produit, une expansion internationale, un portefeuille de marques inégalé et une approche multicanal. Il repose également sur une recherche permanente de compétitivité grâce à un dispositif industriel unique pour son secteur.

La croissance externe vient compléter la stratégie de croissance du Groupe, depuis son origine.



**DEPUIS 1857**



**+ DE 20 ACQUISITIONS  
STRATÉGIQUES**



**DES POSITIONS DE 1<sup>ER</sup> RANG  
DANS + DE 25 PAYS**

## **LA CONSOLIDATION DU GROUPE S'EST POURSUIVIE CETTE ANNÉE AVEC DES OPÉRATIONS MAJEURES :**



Acquisition début 2019  
de **Wilbur Curtis**,  
**n°2 américain** du café  
filtre professionnel



Renforcement de  
l'expertise  
digitale avec le rachat  
de **750g International**



Création d'une *joint-venture*  
en Égypte avec notre  
partenaire historique  
**Zahran**





Ventes **6 812 M€**      Résultat Opérationnel d'Activité **695 M€**      Résultat net **419 M€**

# 2018 en chiffres



+ de **1 300**  
magasins sous enseignes propres



**247 M€**  
Investissements innovation



**34 000**  
collaborateurs



**6 200**  
centres de réparation agréés

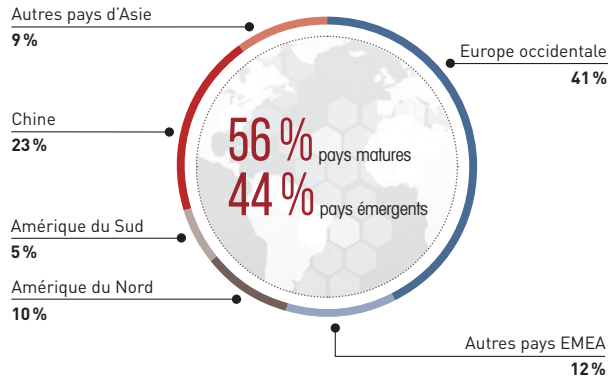


**30**  
marques dans le monde



**41**  
sites industriels

## RÉPARTITION DES VENTES PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE



Campus SEB - 112, chemin du Moulin Carron  
69130 Écully - +33 (0)4 72 18 18 18

[www.groupeseb.com](http://www.groupeseb.com)



## NOS MARQUES

Marques grand public

Mondiales

KRUPS

Moulinex  
Rowenta

Tefal

Régionales

ARNO

ASIA

calor

clock

emita

esteras

Imusa

ORIGINAL  
MAISER

MAHARAJA  
WITTELING

MIRRO

OBH  
RODICA

PANEX

Rochedo

samurai

SEB

SUPOR

T-fal

Wmco

WearEver

Marques premium

All-Clad

Logastina

Silit

Wf

Marques professionnelles

Curtia

Wf

schaerer

Wf