

Bien-être - Expérience - Sens



Sommaire

- 2 - Repères
- 4 - Entretien avec
Thierry de La Tour d'Artaise
- 6 - Profil

12 *Bien-être*

- 14 - Cuisiner du beau,
du bon, du sain
- 18 - Moins de contraintes,
plus de temps pour soi !
- 22 - Professionnel :
une exigence partagée

26 *Expérience*

- 28 - Au-delà du produit,
des expériences à vivre
- 32 - Une approche multicanale
de la distribution
- 36 - Compétitivité : renouveler
la vision industrielle

40 *Sens*

- 42 - Innover pour une
consommation durable
- 44 - Le Groupe SEB fait
sa révolution... circulaire !
- 46 - Engagé pour la protection
de la planète
- 50 - Les collaborateurs,
force vive de l'entreprise

54 *Performance*

- 56 - Comité exécutif
- 58 - Panorama financier
et extra-financier
- 61 - Panorama des
parties prenantes
- 62 - Conseil d'administration
- 64 - Performance boursière



Notre mission

**FACILITER ET EMBELLIR
LA VIE QUOTIDIENNE
DES CONSOMMATEURS
ET CONTRIBUER
AU MIEUX VIVRE,
PARTOUT DANS LE MONDE**

- en créant des produits et des services nouveaux qui rendent votre vie domestique plus agréable, plus harmonieuse et plus épanouissante,
- en vous proposant des solutions qui répondent à vos besoins existants et anticipent vos aspirations et désirs personnels.

Nos marques

MARQUES GRAND PUBLIC

Tefal Rowenta
Moulinex KRUPS
ARNO ASIA  calor clock
 esteras  imusa
  MIRRO
 PANEX Rochedo
 ASEB SUPOR
T-fal UMCO WearEver

MARQUES PREMIUM

WMF Lagostina 
Silit Krampouz

MARQUES PROFESSIONNELLES

WMF schaeerer 
Curtis Krampouz

Repères

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.



Des valeurs fondatrices partagées



VOLONTÉ D'ENTREPRENDRE



PASSION POUR L'INNOVATION



PROFESSIONNALISME



RESPECT DE LA PERSONNE



ESPRIT DE GROUPE



Une présence dans plus de 150 pays



Agir pour un quotidien plus durable

7 354 M€

ventes 2019

+ 5,8 %

croissance organique
des ventes

Des positions
de leadership dans

Plus de
25

pays

34 000

collaborateurs

3

univers :
Petit Électroménager
Articles culinaires
Professionnel

Plus de
1 300

magasins
sous enseigne propre

Près de
250

millions de produits
fabriqués par an

42

sites industriels

383

brevets déposés



RESPECT DES PERSONNES



INNOVATION DURABLE



RÉVOLUTION CIRCULAIRE



AGIR POUR LE CLIMAT



« Le Groupe SEB est avant tout une extraordinaire histoire de famille, d'innovation, de développement, et surtout de femmes et d'hommes engagés autour d'une même passion du produit et du mieux-vivre au quotidien. »

Entretien

AVEC THIERRY DE LA TOUR D'ARTAISE, Président-Directeur Général du Groupe SEB

Quel regard portez-vous sur le Groupe SEB aujourd'hui ?

T.T.A.: Le Groupe SEB est avant tout une extraordinaire histoire de famille, d'innovation, de développement, et surtout de femmes et d'hommes engagés autour d'une même passion du produit et du mieux-vivre au quotidien. Depuis son origine, le Groupe s'est attaché à proposer des produits innovants et de qualité, des astuces pour faciliter le quotidien en cuisine ou dans la maison et des services associés pour toujours mieux accompagner ses consommateurs. C'est son ADN, notre ADN. Au-delà de l'innovation, le Groupe s'appuie sur un portefeuille de marques puissantes et complémentaires ainsi que sur une approche commerciale claire et bien segmentée par canal de distribution, qui sont les piliers de son expansion internationale, tant dans les pays matures que dans les pays émergents. Tout cela n'est possible que grâce à son outil industriel mondial unique et diversifié qui lui confère un avantage compétitif majeur pour son secteur. Mais l'histoire du Groupe ne s'arrête pas là. En entrant plus récemment sur le secteur de l'équipement professionnel, et notamment celui du café, le Groupe reste fidèle à sa vision de long terme en conquérant de nouveaux territoires et en construisant de nouvelles bases pour la poursuite de son développement.

Le Groupe SEB mène également une politique de développement durable solide...

T.T.A.: En effet, la solidité de la stratégie du Groupe repose également sur une démarche résolument responsable et créatrice de valeur pour tous. Pour cela, nous nous appuyons sur une stratégie d'engagement qui irrigue l'ensemble des métiers et des collaborateurs du Groupe, unis afin d'agir pour un quotidien plus durable.

Quel bilan faites-vous de l'exercice 2019 ?

T.T.A.: 2019 marque pour le Groupe SEB une nouvelle belle année, qui plus est sur un historique élevé. Les ventes se sont établies à 7354 M€, en croissance organique supérieure à 5% pour la sixième année consécutive, et ce dans toutes les zones géographiques et catégories de produits. Cette dynamique a généré de bonnes performances financières avec un Résultat Opérationnel d'Activité en progression de 6,5% et, ici encore, une répartition mondiale très équilibrée. Cette année a également été marquée par des acquisitions, celle de Wilbur Curtis, spécialiste californien des machines à café filtre professionnelles, et celle de Krampouz, en France, qui conçoit et commercialise des crêpières, gaufriers, planchas et grills à destination des professionnels et du grand public. Je tiens à remercier toutes celles et ceux qui ont contribué à ces bons résultats au sein du Groupe, et surtout l'ensemble de nos collaborateurs, anciens ou nouvellement intégrés, où qu'ils soient dans le monde.

Comment avez-vous abordé l'année 2020 ?

T.T.A.: L'année 2020 s'est ouverte dans un contexte inédit du fait de la propagation de l'épidémie de Covid-19 à travers le monde. Face à cette situation, notre objectif prioritaire a été de mettre en œuvre rapidement toutes les mesures nécessaires à la protection de nos employés, et je tiens ici à adresser un message de soutien à tous nos salariés et partenaires touchés. Au cours des dernières semaines, l'épidémie s'est rapidement répandue dans les principaux marchés du Groupe. Si la Chine montre désormais des signes d'amélioration progressive, la situation s'est fortement dégradée en Europe occidentale et sur le continent américain. L'ampleur et la complexité de cette crise sanitaire sans précédent ainsi que les incertitudes significatives concernant la sortie de crise ne permettent pas d'en quantifier précisément les impacts sur l'ensemble de l'exercice, mais le chiffre d'affaires et le Résultat Opérationnel d'Activité 2020 seront en baisse sensible. Néanmoins, je reste confiant dans la solidité de notre modèle stratégique et dans la mobilisation et l'agilité de nos équipes pour traverser au mieux cette crise et reprendre le développement du Groupe dans les meilleures conditions pour tous.

Mei

27 ANS | ÉTUDIANTE | HANGZHOU | CHINE

ATTITUDE



Mei est ultra connectée et ne quitte jamais son smartphone. Plutôt aisée, elle est très sensible aux marques qui lui permettent d'affirmer son individualité et sont gage de réussite.

CUISINE



Mei ne fait pas les choses à moitié. Très soucieuse de l'image qu'elle reflète, elle considère la cuisine comme un art qu'elle partage sur les réseaux sociaux. Elle mange rarement chez elle et privilégie les sorties entre amis.

ENGAGEMENT



Mei recherche des solutions alternatives pour une hygiène de vie plus saine. Avidée de liberté, elle est très ouverte sur le monde. Avec ses amis, elle fait partie de nombreux groupes d'échanges pour mieux comprendre et faire connaître les grands enjeux de demain.



*« Je suis très attachée
aux marques ! Quand
j'aime, je le partage
avec mes communautés. »*

*« Notre équilibre,
c'est notre famille. »*



Maxime, Estelle et leur fille Léa

30, 31 ET 5 ANS | CHARGÉ DE CLIENTÈLE
& TRADUCTRICE | BORDEAUX | FRANCE

ATTITUDE



Maxime et Estelle ont quitté Paris pour donner un meilleur cadre de vie à leur fille et se rapprocher de leurs familles. L'équilibre entre leur vie professionnelle et leur vie personnelle est primordial.

CUISINE



Maxime et Estelle ont dû revoir leurs habitudes alimentaires à la naissance de Léa. Néophytes en cuisine, ils recherchent de la simplicité et de l'efficacité au moment de la préparation des repas, notamment en déléguant à leurs appareils. Les blogs et assistants culinaires sont une source d'inspiration indispensables.

ENGAGEMENT



La qualité de leur environnement est un facteur essentiel. Ils privilégient les transports doux et sont adeptes du recyclage et du réusage. Ils adoreraient pouvoir cultiver leurs propres légumes en organisant, par exemple, un potager collectif avec leurs voisins.

Georges

65 ANS | RETRAITÉ | VANCOUVER | CANADA



ATTITUDE

Georges est particulièrement sensibilisé à la santé et au bien-être. Ayant souffert de surpoids étant plus jeune, il s'applique une hygiène de vie drastique conjuguant sport et alimentation maîtrisée.



CUISINE

Georges cuisine tous ses repas maison et s'interdit les plats industriels. Il recherche des produits performants, plutôt premium, pour lui garantir un résultat parfait dans l'assiette.
Il est fan de barbecue entre amis le week-end, idéal pour conjuguer convivialité et cuisine sans matière grasse ajoutée.



ENGAGEMENT

Georges est très engagé dans des associations caritatives et est très actif pour sa ville. Il souhaite soutenir l'économie locale en consommant en priorité des produits de sa région, de qualité et dans lesquels il peut avoir confiance.



*« Ma devise : un esprit
sain dans un corps sain. »*

Bien-être

Pour un mode de vie plus libre et plus sain





47 Md€

Marché du Petit
Électroménager

24 Md€

Marché des Articles
culinaires

9 Md€

Marché des machines
à café professionnelles

Cuisiner du beau, du bon, du sain

Aujourd'hui, on apprend ou réapprend à cuisiner pour le plaisir de manger sain, savoureux et responsable. Et parce que les modes de vie ont évolué, le Groupe SEB innove sans cesse afin de proposer des produits et services adaptés au quotidien.



Que recherche-t-on de nos jours ? Du mieux-vivre et du mieux- vieillir. Et pour y parvenir, une alimentation équilibrée est primordiale. D'où l'engouement pour des produits non transformés et la recherche de plus d'authenticité. On assiste au retour en force du fait maison, meilleur allié du bien manger. Le Groupe SEB l'a compris. Déjà en 1953, avec l'invention de la cocotte-minute, son objectif était de faciliter la cuisine au quotidien en créant des repas délicieux en un rien de temps. Aujourd'hui, son ambition reste la même : proposer des produits innovants, mais surtout des instants de plaisir, des expériences culinaires renouvelées et une nouvelle façon de consommer.

DES ASSISTANTS CULINAIRES AU SERVICE DE LA GOURMANDISE !

Qui dit cuisine saine ne veut pas dire sans saveur. Et le Groupe SEB le défend fermement en proposant des appareils qui autorisent la gourmandise, en plus de faciliter le quotidien. Ainsi, le robot cuiseur multifonction I-Companion de Moulinex met au menu plus de 650 recettes via l'application dédiée.

Et pas besoin de s'occuper du temps de cuisson : les paramètres sont transmis automatiquement depuis le smartphone. La friteuse Actifry de Seb est une autre alliée de choix : dès son lancement, elle avait bousculé les codes en proposant les premières frites « légères ». Aujourd'hui, la marque dispose d'une gamme complète d'appareils comme Easy Fry pour préparer des frites croustillantes, mais pas seulement !

Le Groupe SEB innove sans cesse – de la technologie jusqu'au coaching nutritionnel – pour apporter une cuisine gourmande et équilibrée. Pas de doutes, les multicuiseurs, qui apportent variété et facilité, sont de formidables partenaires culinaires : Cook4Me/Cookeo de Krups a, par exemple, obtenu en 2019 le Prix ProductReview.com décerné par le plus grand site Internet australien d'avis clients. Dans le même esprit, Steam'up de Moulinex, lancé en 2019, révolutionne la cuisson vapeur pour qu'elle soit plus savoureuse. Côté articles culinaires, le Groupe propose une offre très large, aux matériaux variés – aluminium revêtu, inox, céramique, pierre, fonte... – pour une parfaite adéquation avec les besoins de cuisson et les recettes locales.

MARION OBERLI

Chef de Projet Innovation *Food Science*,
Groupe SEB



«Le Groupe SEB s'est engagé à intégrer 30% de recettes en faveur d'une alimentation saine et durable dans tous ses nouveaux produits disposant d'une application d'ici 2023. Pour guider la création de ces recettes, une charte a été développée, notamment sur la base des recommandations du Plan national nutrition santé.»



L'alimentation durable : un territoire à explorer

«Dijon, alimentation durable 2030», soutenu par le Groupe SEB, est l'un des 24 lauréats de l'appel à projets Territoire d'Innovation de Grande ambition (TIGA) lancé en 2019 par l'État. Porté par Dijon Métropole, ce projet veut démontrer que l'évolution vers un système alimentaire durable et innovant est une opportunité de transformer un territoire d'un point de vue environnemental, économique et sociétal. À travers ce projet, le Groupe va pouvoir expérimenter des produits et services à grande échelle.



VERS UNE ALIMENTATION PLUS SAINE ET PLUS RESPONSABLE

Dans le cadre de ses recherches sur l'alimentation, le Groupe SEB, partenaire du projet européen *Cook2Health*, a pu démontrer l'impact positif de l'utilisation régulière d'appareils culinaires connectés sur la santé. Si le fait maison permet de manger plus sain et de limiter sa consommation de produits transformés, il permet aussi de réduire les emballages. C'est ainsi que les yaourtières ont par exemple fait leur grand retour : finis les pots de yaourts achetés chaque semaine ! Et de la même façon, pourquoi consommer des jus de fruits en pack lorsque l'on peut réaliser soi-même de délicieux smoothies vitaminés ? Les blenders ont donc le vent en poupe : une tendance internationale, mais avec des spécificités pays auxquelles le Groupe SEB répond par une gamme très large adaptée aux différents besoins (classique, individuel, haute vitesse, sous vide...). L'utilisation de boîtes alimentaires pour conserver ou transporter ses aliments est également une tendance forte de consommation.

Avec les boîtes Clip & Close d'Emsa, on limite ainsi le recours à la restauration rapide et aux déchets d'emballages ! Penser alimentation sans songer aux effets sur l'environnement devient impossible. Une conviction forte du Groupe SEB, qui mène une démarche active et engagée pour faire émerger des solutions pour manger éco-responsable.

Près de
1500
personnes dans la communauté
innovation

L'expresso à la portée de tous

Le Groupe SEB développe une large gamme de machines expresso tout automatiques qui mettent à la portée de tous une technologie avancée. Grâce aux broyeur à grains intégrés, les amateurs peuvent déguster les arômes d'un café fraîchement moulu. Certains modèles proposent même des boissons lactées... pour un plaisir partagé !



DE LA CONVIVIALITÉ À LA GASTRONOMIE

Depuis toujours, la cuisine est synonyme de convivialité, de moments de partage et de plaisirs en famille ou entre amis. Elle véhicule également des valeurs fortes de tradition, de transmission intergénérationnelle et d'apprentissage. Le Groupe SEB et ses marques sont ainsi profondément ancrés dans les foyers et dans le cœur des consommateurs. Les soirées pizza maison sont à ce titre toujours réussies grâce à la pierre à pizza Linea Patrimonio de Lagostina. Mais ce que les enfants préfèrent, ce sont les crêpes de la Chandeleur. En 2019, Tefal a de nouveau mené une opération spéciale en s'associant à Nestlé. La créativité était au rendez-vous pour réinventer les crêpes façon gourmet ! Et pour que le plaisir de cuisiner ensemble perdure le reste de l'année, il y a Cake Factory, premier appareil conçu pour réussir parfaitement les gâteaux. Plus de 200 recettes disponibles grâce à l'application, dont neuf avec 30% de sucre en moins – une belle initiative pour les diabétiques, portée par une collaboratrice du Groupe dans le cadre du challenge Campus 2017. Pour accompagner les plus exigeants des gourmets, le Groupe SEB complète son offre avec des produits premium, aux performances incomparables... aux frontières de la haute gastronomie ! La qualité du résultat dans l'assiette est primordiale ! Par son histoire et ses marques, le Groupe a toujours défendu les valeurs du goût et de la cuisine faite maison, mais également de la nutrition et de la santé. C'est donc très naturellement qu'il a accompagné la création de la Cité Internationale de la Gastronomie de Lyon cette année et s'engage au quotidien pour une cuisine d'émotions, de sensation, de plaisir et de bien-être.





La French Touch de la cuisson

Début 2020, Moulinex a lancé la nouvelle génération de son multicuiseur Cookoo et de son robot cuiseur multifonction Companion lors d'une soirée événement sur les Champs-Élysées, en compagnie du chef étoilé **Cyril Lignac**. La grande nouveauté de **Cookeo Touch** et **i-Companion Touch XL** : la connectivité wifi et leur grand écran tactile qui ne craint ni l'eau ni les doigts sales ! Recettes et vidéos pas à pas sont ainsi accessibles directement depuis l'appareil. Pour ne jamais être en manque d'inspiration !

Imusa, maître dans l'art de la chaleur

Imusa a lancé en 2019 en Colombie et dans les pays andins une nouvelle gamme de 18 articles culinaires **Talent Master**. Sa technologie comprend un signal thermique qui indique le moment idéal pour commencer la cuisson ; une base qui permet une distribution uniforme de la chaleur ; et un revêtement antiadhésif Triforce Gold pour une haute résistance.



Actus



Supor, le spécialiste du riz bien cuit

Sous vide, à induction, vapeur... Supor propose une large gamme de cuiseurs à riz. *Consumer Advocates*, une émission télévisée chinoise, a distingué le modèle **IH Spherical**, tant pour le résultat de la cuisson que pour le goût. Et la marque ne cesse d'innover : **Healthy & Tasty** permet ainsi de préparer un riz savoureux avec une teneur en glucides inférieure de 20% par rapport à une cuisson classique.



Des chefs s'invitent dans votre cuisine

En 2019, Tefal a signé avec le chef français **Pierre Gagnaire** un partenariat de trois ans pour créer la gamme de cocottes **Héritage**. De nombreux cuisiniers de renom sont ambassadeurs des marques du Groupe SEB : le Britannique Jamie Oliver et le Turc Arda Türkmen pour Tefal, l'Italien Antonino Cannavacciuolo pour Lagostina, les Américains Hugh Acheson et Nina Compton pour All-Clad, ou encore le Colombien Jorge Rausch pour Imusa.



Steam'up, la cuisine à toute vapeur !

Finie la vapeur sans saveur grâce au Steam'up de Moulinex ! Sa technologie de cuisson vapeur inversée permet de préserver les nutriments, les textures et le goût des aliments. Une innovation récompensée par le Prix Coup de cœur du Jury à la Foire de Paris et le label JANUS de l'industrie pour son design intégré.

Moins de contraintes, plus de temps pour soi !

Pour pouvoir s'accorder du temps, pour soi ou pour sa famille, une priorité : se libérer des contraintes ménagères ! Le Groupe SEB facilite l'entretien de la maison et du linge au quotidien et enrichit son offre de produits de soin... pour toujours plus de bien-être.

Si le mieux-vivre passe par une alimentation raisonnée (et gourmande !), il reste indissociable du bien-être. On ne le dira jamais assez : pratiquer une activité physique régulière est fortement recommandé pour rester en bonne forme. Mais se sentir bien dans sa peau, c'est aussi s'accorder des instants « beauté », ces petits moments dans la semaine où l'on dit stop au rythme effréné. Et pas question de perdre du temps avec les tâches ménagères parfois déplaisantes ! Dans les deux cas, les produits développés par le Groupe SEB sont des alliés de choix.

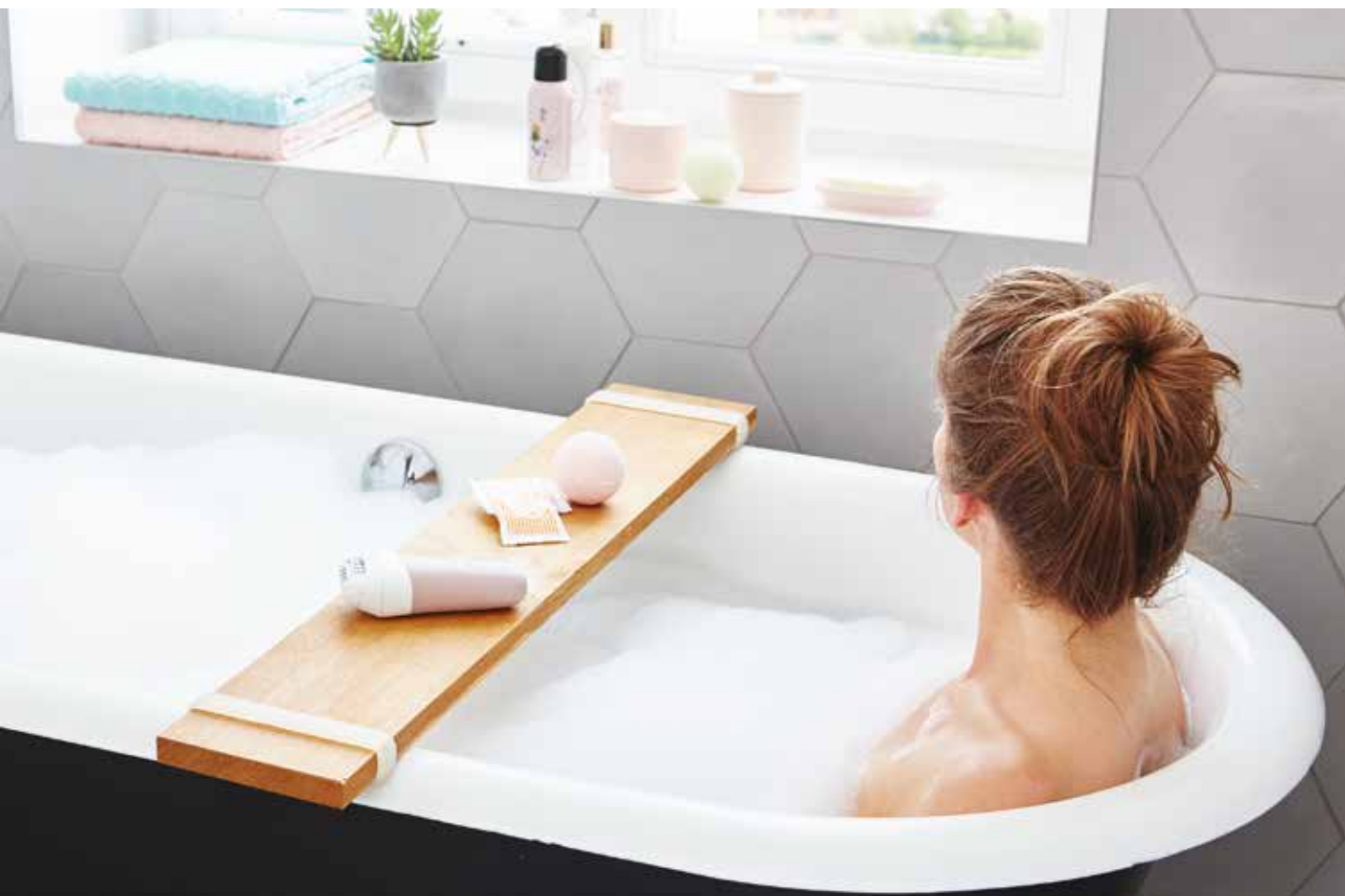
ACCÉLÉRATION DANS LE SOIN DE LA PERSONNE

Performance, soin, expérience résumant l'offre Soins de la Personne du Groupe SEB. Dans le secteur de la coiffure, Rowenta assure un lissage professionnel grâce à son lisseur Ultimate Experience. La marque révolutionne le lissage vapeur avec le SteamPod 3.0, en partenariat avec L'Oréal, un concentré de technologies. Investissant sur le segment porteur de la cosmétique instrumentale, le Groupe a par ailleurs donné un coup d'accélérateur sur ses recherches et son offre en soin de la peau. Trois gammes ont ainsi vu le jour : *My Beauty Routine* réinvente les rituels quotidiens avec une brosse nettoyante et un appareil contour des yeux ; DuoLab, lancé en Angleterre en partenariat avec L'Occitane, permet de réaliser des crèmes personnalisées ; *Rewrite*, toute nouvelle marque exclusive développée avec Feeligreen, combine cosmétique et technologie unique. Et les hommes ne sont pas en reste : ils apprécient tout particulièrement la tondeuse Forever Sharp de Rowenta, qui permet à la fois de tailler, styler et raser la barbe sans changer de lame.

SE SENTIR BIEN CHEZ SOI

Passer du temps chez soi, en famille, entre amis, en solo, pour se reposer, recevoir ou faire la fête... la maison est au cœur de nos vies, et l'aménager pour s'y sentir bien devient une priorité. Le Groupe SEB propose des solutions innovantes pour purifier l'air, ventiler ou





KAORI IKEDA
Directrice Marketing
Soin de la Personne Groupe SEB
Directrice générale de Feeligreen

« Partenaire du Groupe SEB, Feeligreen et son approche disruptive de la cosmétique ouvrent de nouvelles voies en matière de beauté et d'innovation produits. La société développe des dispositifs de soin de la personne combinant appareil et crème qui permettent une meilleure pénétration des actifs – jusqu'à cinq fois plus – dans la peau. »

+10 %

Croissance du marché de
la cosmétique instrumentale



IXEO Power, le nouveau partenaire du quotidien

Les études de tendances montrent que 75 % des consommateurs repassent leurs vêtements à la dernière minute. Avec IXEO, le Groupe propose un produit 3 en 1 unique et élégant combinant repassage, défroissage et table à repasser orientable. En 2019, il a enrichi son offre avec IXEO Power, qui intègre une centrale vapeur pour des performances encore supérieures.



Le robot Explorer pour une aspiration déléguée

Les aspirateurs robots de Rowenta proposés en Europe sont une belle réussite commerciale. Ils séduisent par leur performance et leur prix attractif. Un succès qui a permis à la marque d'accélérer les référencements et d'élargir la gamme avec Explorer. Ce marché de deuxième équipement – le robot vient en complément d'un traîneau ou balai – se développe rapidement, la délégation des tâches étant très prisée des consommateurs en recherche de sérénité.

chauffer son intérieur. Rowenta a conçu des appareils discrets et simples d'utilisation qui aident à éliminer la pollution intérieure et assainissent l'atmosphère de façon optimale : jusqu'à 99,95 % de pollution filtrée et destruction définitive du formaldéhyde ! Et avec Pure Air Connect Intense et son application dédiée, il est facile de visualiser la qualité de l'air intérieur et de piloter le purificateur à distance.

Côté ventilation, Rowenta joue la versatilité avec Air Force 2 en 1, qui associe un chauffage d'appoint et un ventilateur pour un confort tout au long de l'année. Au Brésil, pour lutter contre la chaleur, Arno mise sur des ventilateurs à la fois silencieux et performants.

L'ENTRETIEN DE LA MAISON ET DU LINGE, UNE FORMALITÉ

Une maison où l'on se sent bien, c'est aussi une maison saine et propre. Mais pour que les tâches ménagères ne soient plus une contrainte, le Groupe SEB conçoit des produits qui facilitent le quotidien. Rowenta, spécialiste de l'aspirateur, propose une gamme complète de modèles pour tous les besoins et exigences. La tendance est aux aspirateurs balais et versatiles comme Air Force Flex et à la délégation totale grâce aux aspirateurs robots. Autre tâche domestique incontournable : le repassage. Dans ce domaine, les habitudes changent, les textiles évoluent et les solutions de repassage se réinventent. Proche de ses consommateurs, le Groupe SEB s'attache à détecter et à anticiper les besoins pour proposer des appareils toujours plus efficaces et faciles à mettre en œuvre : puissance vapeur, sélection automatique des températures, haute filtration de la vapeur et du calcaire, défroisseurs, tables intelligentes, ergonomie et maniabilité... De nombreuses innovations pour répondre aux nouvelles tendances.



Le lissage, une affaire de spécialistes

Fruit d'un partenariat solide et de longue date avec L'Oréal, la troisième génération de lisseur boucleur vapeur SteamPod rencontre un succès incroyable. Devenu plus compact et plus fin, il offre une transformation instantanée, avec un respect optimal du cheveu usage après usage*. Coiffure longue durée, cheveux moins abîmés*, effet velours !

* Test instrumental vs lisseur classique.

Rowenta et L'Occitane : un duo gagnant

Rowenta et L'Occitane lancent en février 2020 en Angleterre le DuoLab. Cet appareil permet de créer une crème personnalisée en mélangeant des dosettes sans conservateurs contenant des ingrédients naturels : une application aide à les choisir en fonction de son type de peau. Quinze combinaisons de soins sont disponibles. Et les capsules sont recyclables !



Actus

Une routine comme on l'aime !

Rowenta lance sur les marchés français, russe et espagnol *My Beauty Routine*, une gamme de brosses nettoyantes pour la peau et un appareil contour des yeux. Une version pour les jeunes et une autre pour les peaux matures. La marque entend se positionner en « complice beauté » sur ce segment encore peu exploité, en pleine croissance.



Le Groupe SEB fait son cinéma !

Le cinéma, rien de mieux pour mettre les projecteurs sur des produits phares du Groupe ! En Australie, associée à la sortie du film *Men in Black*, une campagne pour IXEO a permis 200 activations en magasin et plus de 420 000 vues pour la vidéo. Et l'opération a été renouvelée avec *Charlies' Angels* : des héroïnes qui conquièrent le monde avec style ! On n'oublie pas la sortie en Europe de *Comme des bêtes 2* avec un plan de lancement d'envergure *on* et *off line* et des produits Rowenta à gagner !



L'aspirateur qui se plie en 4

Air Force Flex 560 de Rowenta est un aspirateur balai sans fil qui déménage ! Maniable et ingénieux, il dépoussière jusqu'à cinq fois plus loin sous les meubles bas avec des performances et une souplesse exceptionnelle. 100 air-watts d'aspiration ! Un nettoyage sans effort : tout ce qu'on aime !



Professionnel : une exigence partagée

Le Groupe SEB accompagne les professionnels avec des produits de qualité qui allient fiabilité, performance et rendement. Une expertise qui le place comme un acteur incontournable du café et une référence en art de la table et de l'hôtellerie.



WMF, Schaerer, Wilbur Curtis, HEPP, Krampouz. Avec ces cinq marques, le Groupe SEB s'est fait une place de choix dans le secteur professionnel. Pour poursuivre son expansion sur le marché du café, engagée avec WMF et Schaerer, le Groupe SEB a intégré en 2019 Wilbur Curtis, le numéro 2 américain du café filtre professionnel. Cette nouvelle marque apporte au Groupe une complémentarité stratégique majeure en termes d'offre produits et de portefeuille de clients. L'acquisition de Krampouz est également venue renforcer cette année l'offre du Groupe dans le domaine de la restauration, aux côtés de la marque HEPP.

CAFÉ PROFESSIONNEL : UNE OFFRE DE CHOIX

Lors de la dernière Foire internationale de l'hôtellerie HOST en octobre 2019, les trois marques WMF, Schaerer et Wilbur Curtis ont fait stand commun pour montrer la place grandissante du Groupe SEB dans le secteur porteur du café professionnel. Une première pour Wilbur Curtis, nouvellement acquis, et une belle occasion pour WMF et Schaerer de valoriser leur nouvelle image de marque. Avec la baseline « Designed to Perform* », WMF souligne son leadership mondial en matière de qualité et d'innovation. Et Schaerer rappelle sa grande flexibilité dans la recherche de solutions holistiques et sur mesure avec l'accroche « We love it your way** ». Parmi les dernières nouveautés mises en avant, le Fresh Filterer Coffee de WMF : cette technologie, utilisée par les deux machines WMF 1500 S et WMF 5000 S, combine les différentes spécialités de café avec du café filtré. Schaerer propose un bar à café autonome, le Schaerer Premium Coffee Corner, qui offre des boissons savoureuses grâce à des ingrédients frais. Autre innovation de la marque suisse : le Coffee Soul, qui

* Conçu pour la performance.
** Nous l'aimons à votre façon.

JOHAN VAN RIET
Président de l'activité
Machines à Café Professionnelles,
SEB Professionnel



« Notre objectif est de devenir le choix n°1 mondial en matière de solutions professionnelles pour la préparation du café. Nous poursuivons cet objectif avec trois marques de renommée mondiale et à l'héritage fort dont la vision va au-delà de la simple préparation du café. »



CoffeeConnect, une innovation saluée



En 2019, la plateforme numérique CoffeeConnect développée par WMF/Schaerer a été doublement récompensée en Allemagne par le Confare IDEAward et l'Internorga Future Award. Ces prix saluent l'engagement de la marque en faveur de l'IoT* : les données collectées permettent une gestion centrale efficace et complète des machines à café professionnelles. WMF et Schaerer ont également obtenu la certification « Produit IoT à confidentialité protégée » par le TÜV Rheinland.



* Internet of Things / Internet des objets.

s'adapte à tous types de comptoirs, en mode libre service ou au bureau. Sa technologie « Hot & Cold » permet de créer des cafés avec ou sans glaçon : une première dans le secteur ! Le monde du café professionnel est en pleine expansion. Et pour faire face à la demande croissante, notamment aux États-Unis et en Asie, le Groupe a agrandi son site de production de Zuchwil. Une usine redimensionnée pour permettre une plus grande compétitivité et apporter des solutions personnalisées et en plus grandes quantités.

UN IMPÉRATIF : LA FIABILITÉ ET LE RENDEMENT

L'exigence numéro une des professionnels – bars, restaurants, restauration rapide, coffee shops, commerces de proximité... : disposer de produits fiables qui leur permettent de préparer un café de qualité, en continu. Pour répondre à cette attente forte, le Groupe SEB développe des machines de haute technologie et assure le suivi par un service

après-vente performant et reconnu. Soucieux également d'apporter des solutions qui optimisent le rendement, le Groupe a mis en place la plateforme numérique CoffeeConnect. Celle-ci permet de monitorer les appareils à partir de données collectées pour adapter l'offre et améliorer le suivi de la maintenance. La protection de ces données est garantie sur l'ensemble des solutions connectées. Pour sensibiliser les équipes commerciales à toutes ces exigences, WMF a mis en place sa *Training Academy*, une formation « démultipliatrice » qui permet

de former des collaborateurs à travers le monde. Ces derniers transmettent ensuite leurs acquis à leurs collègues, dans leur langue maternelle. L'objectif est de créer une communauté mondiale de formateurs WMF et Groupe. De son côté, Wilbur Curtis met à disposition sur son site Internet des tutoriels pour accompagner les professionnels.

L'ART MAÎTRISÉ DE LA TABLE

L'hospitalité est au cœur du développement de l'offre produits Art de la table. Fort d'une expertise de plus de 160 ans, WMF propose des solutions complètes et personnalisées pour ses clients de la restauration et de l'hôtellerie. Hepp développe également des produits exclusifs pour le service sur les bateaux de croisière et à bord des avions. Couverts, vaisselle, verres, ustensiles de présentation et de service... tout est mis en œuvre pour répondre aux exigences spécifiques des professionnels et des chefs les plus réputés. Une attention toute particulière est apportée au design, à la performance et aux détails, qui rendent la manipulation des produits et leur rangement plus faciles. La gamme WMF Quadro, dédiée à l'organisation et à la présentation de buffets, a notamment reçu le German Design Award 2019. La qualité, la durabilité et le choix des matériaux sont également des atouts majeurs de l'offre développée par le Groupe. WMF propose en outre un service de conditionnement et de réparation qui garantit une utilisation à long terme de ses produits. Élégance, modernité, énergie ou sobriété, à chacun son style !

Norvège : WMF Professional s'installe à l'hôtel Britannia



L'hôtel 5 étoiles Britannia à Trondheim, en Norvège, a été entièrement rénové. Les six restaurants et

bars de cette institution, véritable symbole de la ville, sont équipés des produits haut de gamme de WMF Professional. Une sélection élégante de verres, couverts, buffets... pour répondre aux attentes des clients les plus exigeants.

+12,1%

Croissance organique des ventes
Professionnel 2019 :
un développement rapide confirmé



Café professionnel : bienvenue à Wilbur Curtis !

Le Groupe SEB a fait l'acquisition début 2019 de 100 % des activités de Wilbur Curtis, numéro 2 américain du café filtre professionnel. Cette acquisition, saluée par le Prix Large Cap de CFNews Auvergne-Rhône Alpes, permet au Groupe une complémentarité stratégique en termes d'offre produits et de portefeuilles clients. Fondé en 1941, Wilbur Curtis, qui compte 300 collaborateurs sur son site de Montebello (Californie), est resté une entreprise familiale. La marque est pour les professionnels (torréfacteurs, enseignes de coffee shops, magasins de proximité, chaînes de restauration rapide, hôtels et restaurants) synonyme de qualité, de haute technologie et de service client : des équipements de préparation de boissons chaudes et froides – principalement des machines à café filtre – et à cappuccino – innovants et fiables.

Actus

Krampouz : le premium made in Bretagne

En octobre 2019, le Groupe SEB a finalisé l'acquisition de Krampouz, spécialisé dans la conception, fabrication et commercialisation de crêpières, gaufriers, planchas et grills. Cette entreprise de 90 collaborateurs basée à Pluguffan a célébré l'année dernière ses 70 ans. Marque bretonne iconique : c'est elle qui a inventé la « Billig », la crêpière traditionnelle. Krampouz réalise un chiffre d'affaires annuel d'environ 20 M€ : ses produits sont fabriqués dans l'usine française et commercialisés sur les cinq continents via un réseau de distribution extensif et des enseignes de bricolage et de jardinage. Son acquisition permet au Groupe SEB de compléter à la fois son offre professionnelle et sa gamme grand public premium.



Expérience

Pour un mode de vie plus connecté





42
sites industriels
qui produisent
environ 65 %
des produits
commercialisés

Plus de
6 millions
de membres
au travers des tandems
produits/applications

Près de
150
pays
Une présence
commerciale dans
le monde entier

Au-delà du produit, des expériences à vivre

Le digital est partout et surtout dans la maison ! De la cuisine à la salle de bain, le Groupe SEB propose des produits connectés avec leur temps. L'innovation se veut numérique, pour toujours plus de services et de personnalisation.



Aujourd'hui, les consommateurs n'achètent plus seulement un produit. Ils sont en quête de nouveaux services associés et souhaitent être connectés pour profiter de tous les avantages du numérique. Le Groupe SEB s'engage ainsi auprès d'eux sur l'ensemble du parcours d'achat pour leur offrir une expérience unique. Il déploie également une démarche d'innovation forte axée sur des produits connectés, des applications et des services personnalisés.

UN PARCOURS D'ACHAT RÉUSSI DE A À Z

L'ambition du Groupe SEB : être présent sur tous les points de contacts, que ce soit avant, pendant et après l'acte d'achat. En amont, il s'agit d'aider le consommateur dans sa décision. Pour cela, les sites Internet des marques sont une source d'information primordiale. Le nouveau site WMF en Russie est un bel exemple en la matière : avec son interface dynamique et conviviale, il présente les caractéristiques des produits en les mettant en scène pendant leur utilisation.

Le consommateur peut ainsi facilement en observer les avantages. Et pour renforcer l'accès à l'information sur Internet, les équipes du Groupe SEB travaillent en parallèle sur le référencement, améliorant ainsi la visibilité des sites des marques. Ces dernières sont également très présentes sur les réseaux sociaux : elles utilisent la puissance des communautés et des influenceurs pour faire parler de leurs produits. Les notations des utilisateurs eux-mêmes pèsent aussi de plus en plus dans la balance. Plus traditionnellement, les campagnes publicitaires à la télévision continuent de toucher un large public. Et en magasin, les démonstrations permettent de compléter le dispositif, surtout pour les produits plus complexes. Et ne négligeons pas le bouche à oreille, qui opère en termes de recommandations et dont l'efficacité n'est plus à prouver ! Une fois l'achat effectué, commence alors pour le consommateur une nouvelle expérience. Avec les applications et communautés développées par les marques, il bénéficie de précieux conseils ;

JOANNA SIRAUT
Responsable Media et Influence
Groupe SEB



« Les influenceurs ont un pouvoir de recommandation extrêmement fort et une proximité unique avec leurs communautés. Notre rôle est de bien comprendre leur profil, de créer une relation de confiance avec eux pour ainsi s'appuyer sur leur notoriété en fonction des enjeux de nos marques et de nos marchés. »



Moulinex récompensé par les YouTube Works

La campagne digitale 2018 pour le Companion de Moulinex a remporté le prix de la meilleure activation data des YouTube Works* en juillet 2019. La stratégie d'audience et de contenu adaptée à chaque étape du parcours d'achat s'est en effet avérée gagnante : +4,1% sur la notoriété et +4,7% sur l'intention d'achat. Et le retour sur investissement global de la campagne digitale est presque trois fois supérieur à celui de la télévision pour les ventes de l'appareil !



*Lancés en mai par YouTube en partenariat avec le média Stratégies, les YouTube Works visent à récompenser les campagnes les plus performantes menées sur la plateforme.

il peut à son tour partager son expérience avec d'autres utilisateurs et peut même devenir un véritable ambassadeur pour le Groupe ! En cas de besoin, le service après-vente s'attache à accompagner les consommateurs par téléphone ou messagerie. Et une fois l'appareil en fin de vie, le Groupe SEB s'associe avec des organismes spécialisés pour en assurer le recyclage. Bien accompagner le consommateur de A à Z, c'est faire de lui un client fidèle et prescripteur !

LE DIGITAL, UN LEVIER MAJEUR D'INNOVATION

Nos sociétés sont en pleine transformation digitale et les appareils du quotidien en sont les premiers témoins. Le Groupe SEB intègre cette dimension numérique dans sa démarche innovation. En avril 2019, il a participé au SIDO, le salon européen de l'IoT (*Internet of Things / Internet des Objets*), de l'intelligence artificielle et de la robotique,

Digital LAB, un espace dédié à la culture numérique

Le Groupe SEB a ouvert au sein de son campus d'Écully un Digital LAB dédié au partage des bonnes pratiques et à l'acculturation digitale des collaborateurs. Plusieurs espaces ont été conçus pour permettre une immersion dans le monde digital ! Les collaborateurs peuvent ainsi assister à des conférences/témoignages d'experts et participer à des ateliers collaboratifs. Les équipes peuvent également tester les applications, sites ou campagnes digitales, tandis qu'un dispositif multi-écrans offre une vision unique de l'activité « virtuelle » du Groupe, en particulier sur les réseaux sociaux.



qui rend compte de cette tendance de fond. Nombre de ses produits sont aujourd'hui connectés, comme le multicuiseur Cookeo, le robot cuiseur multifonction i-Companion, le cuiseur à riz Supor, le robot aspirateur Explorer, le purificateur d'air Intense Pure Air ou encore le pèse-personne Body Partner. Et qui dit « connecté » dit aussi développement d'applications. S'appuyant sur un écosystème digital complet et cohérent grâce à des briques technologiques mutualisées, l'équipe de la plateforme Cookeo a réussi son pari ! En 2019, elle a publié sept nouvelles applications, mises à jour tous les quatre mois pour un total annuel de 64 versions différentes. Parmi les applications « phares », celle de Steam'Up, qui a déjà convaincu 3500 utilisateurs actifs et a été téléchargée 7000 fois, ou encore celle de Cookeo, qui rencontre également un beau succès : elle figure dans le top 10 des applications cuisine préférées des internautes français*. Autant d'outils qui s'inscrivent dans la logique « cuisine numérique ».

45 %

Part du digital dans les investissements médias en 2019

+79 %

Trafic sur les sites Internet du Groupe

Plus de

16 million

de téléchargements de l'application Cookeo depuis son lancement

ENCORE PLUS DE SERVICES, ENCORE PLUS DE PERSONNALISATION

Le Groupe SEB va plus loin pour enrichir l'expérience utilisateur via les assistants vocaux. Les recettes Cookeo et Companion sont désormais accessibles sur Google Home et Google Assistant. Les consommateurs français peuvent ainsi converser avec Google pour réaliser les recettes proposées par les deux appareils. Avec les yeux et les mains libres, ils peuvent mieux se concentrer et se laisser guider pas à pas ! Autre partenariat clé avec Djingo Orange : cette enceinte et son assistant vocal diffusent les recettes de la plateforme Foodle et facilitent ainsi la cuisine au quotidien.

Le Groupe SEB mise également sur le sur-mesure : il permet aux consommateurs de créer leur propre livre de recettes pour le Companion via la plateforme Foodle. Les combinaisons de personnalisation, au-delà des recettes (20, 50 ou 100 recettes), sont multiples : choix de la couverture, des couleurs, de la mise en page, de la dédicace ou de l'édito.

Et cette année, le Groupe frappe plus fort encore en proposant aux consommateurs français de personnaliser un de ses produits emblématiques : la Cocotte-minute ! Grâce au configurateur Clipso Minut' Seb, ils peuvent *customiser* leur appareil directement sur le site macocotteperso.groupeseb.fr. Plus de 5 600 choix sont possibles !



* Baromètre biennuel Harris Interactive des sites et applications les plus prisés des internautes dans dix catégories : Actualités, Banque, Féminin, High-Tech, Maison, Mode, Santé, Sport, Tourisme et, pour la première fois, une catégorie Cuisine.



Cake Factory : «so sociable»

Le social et la communauté sont au cœur de la stratégie de développement de Cake Factory. Un groupe Facebook a ainsi été lancé dès la sortie du produit et compte aujourd'hui plus de 54 000 abonnés, rien qu'en France ! Une technique éprouvée pour faire décoller les ventes. Les réseaux sociaux sont en effet un levier d'influence inestimable. Mais le Groupe SEB va encore plus loin en amenant les utilisateurs vers ses applications et sites Internet pour leur faire vivre de nouvelles expériences, enrichir la relation et proposer des services et des offres personnalisées par profil.

Autocuiseur Multichef Imusa : susciter la curiosité

Pour le lancement de son nouvel autocuiseur Multichef en Colombie, Imusa a fait le buzz sur les réseaux sociaux en invitant les internautes à deviner quel pouvait être le dernier né de la marque.

Des influenceurs cuisine et art de vivre ont joué le jeu pour cette campagne « d'attente ».

Le produit compte une communauté Facebook forte de plus de 2000 membres actifs qui bénéficient de recettes et d'astuces d'utilisation.



Actus

Content Factory : au cœur de l'info



Aujourd'hui, avec l'omniprésence d'Internet, le lancement d'un produit nécessite dix fois plus de contenus informatifs qu'il y a cinq ans. C'est ce qui a conduit le Groupe SEB, fin 2016, à créer la *Content Factory*, une véritable agence de production interne. La palette de contenus qu'elle crée est vaste et réunit tout ce qui peut contribuer à accompagner la mise en marché des produits du Groupe : photos, vidéos, recettes, notices, packaging, promotion sur le lieu de vente...



Un Steam Chouchou très à la mode !



Steam Chouchou, la dernière innovation soin du linge de T-Fal, a conquis les consommateurs japonais, adeptes du 2 en 1 pour les solutions de repassage. Lancé en 2019, il permet à la fois de repasser et de défroisser avec une performance à toute épreuve. Une vraie réponse à la problématique de gain de place dans les intérieurs japonais. Pour son lancement, la marque a ciblé les influenceuses beauté et les modeuses comme ambassadrices de choix : elles font du Steam Chouchou leur allié pour un look impeccable au quotidien !

Une approche multicanale de la distribution

Pour commercialiser ses produits, le Groupe SEB mise sur une stratégie multicanale ciblée et adaptée à chaque marché. Une distribution 360° qui mixe de façon cohérente réseaux physiques et commerce en ligne pour répondre aux attentes variées des consommateurs.

La stratégie du Groupe SEB en matière de distribution repose sur un réseau large et diversifié. Cette vision multicanale lui offre un avantage compétitif fort. Les marques sont présentes partout, aussi bien chez les acteurs traditionnels (grande distribution alimentaire, spécialistes, magasins de proximité...), les réseaux de magasins sous enseignes propres (avec un positionnement multimarque : Home & Cook, Tefal Shops ; ou monomarque : Supor Lifestores, WMF) que chez les acteurs du e-commerce (*pure players*, plateformes de vente en ligne des distributeurs physiques).



E-commerce :
environ
25%
des ventes 2019 Groupe

LES OPPORTUNITÉS DU E-COMMERCE

La digitalisation a bouleversé les habitudes d'achats, et le e-commerce est devenu un canal incontournable pour toute entreprise. Les opportunités de ventes y sont très importantes. Pour en profiter, le Groupe SEB a mis en place un plan d'action spécifique qui s'adapte dans chaque pays en fonction de la maturité du marché. L'assortiment de produits est élaboré pour ce canal en particulier et la *supply chain* pensée pour répondre à la demande en conséquence. Des forces de vente dédiées ont été constituées et des règles d'or ont été édictées pour accélérer le développement. Une communauté e-commerce a, par ailleurs, été créée pour permettre le partage des bonnes pratiques au sein du Groupe. Et de nombreuses campagnes de marketing digital ont été déployées. En 2019, les gains de part de marché sur les ventes en ligne ont progressé, avec un vrai coup d'accélérateur en Eurasie. Cette performance reflète les efforts des équipes sur place et le renforcement des partenariats, notamment en Europe de l'Est, en Ukraine ou en Arabie Saoudite. Par ailleurs, le Groupe SEB a été doublement récompensé cette année par le Grand Prix du Search pour la stratégie mise en place par Tefal sur les sites marchands Amazon et Cdiscount. La marque a reçu le prix Argent pour la meilleure campagne



Ustensiles et accessoires de cuisine : des actions marketing efficaces !

Depuis début 2019, l'activité Ustensiles et accessoires de cuisine a enregistré une croissance des ventes de +22% sur la zone EMEA grâce à une action ciblée du marketing. Sur Internet, le référencement naturel a été amélioré par un enrichissement des contenus et une stratégie de visibilité renforcée. Dans les circuits traditionnels, des solutions innovantes ont été mises en place en magasins : tourniquets, distributeurs de mugs, mini-totems stockeurs...



Search & Data et le prix Or du meilleur dispositif *Retail Search*. Ces deux récompenses mettent en valeur le travail réalisé pour augmenter le trafic sur les fiches produits du site marchand et par conséquent sur les ventes.

LA FORCE DES RÉSEAUX TRADITIONNELS

Si le e-commerce a le vent en poupe, les réseaux traditionnels restent une valeur sûre sur laquelle le Groupe SEB mise fortement. Il déploie pour cela une politique de *merchandising* efficace et dynamique qui valorise à la fois les forces de vente et propose une approche terrain complète : programme de fidélisation de la clientèle, gestion des grands comptes, *category captain* et pilotage des rayons, etc. Et cela en partenariat étroit avec les distributeurs. Cette stratégie gagnante s'est traduite en 2019 par la mise en place de dispositifs tels que les *Crazy Days* de Moulinex en Belgique ou encore le programme de fidélisation Lagostina proposé en Italie et en Belgique. En France, des opérations promotionnelles ont été déployées par la marque Rowenta dans les magasins Carrefour et en Italie plus spécifiquement pour son aspirateur



GÉRAUD D'ADHEMAR DE CRANSAC
Directeur Retailing
Groupe SEB

« Notre réseau de magasins en propre et sous franchise est une vitrine exceptionnelle pour nos marques puisque plus de 57 millions de visiteurs y sont accueillis chaque année. En valorisant ainsi notre offre produits, nous avons un impact positif, au-delà du réseau, sur les autres distributeurs. Certains visiteurs, venus s'informer dans nos magasins, achètent par la suite via un autre canal de distribution, Internet ou physique. »



Air Force Flex. L'expertise du Groupe SEB a été saluée lors des Trophées du *Category Management LSA* : le projet *Cook n'merch* a ainsi remporté le prix « *Merchandising* ». Cette solution rend l'offre du rayon poêles et casseroles plus attractive et plus lisible en magasin grâce à un système de balisage, des aides à l'achat et de nouvelles règles d'implantation. Résultat : les ventes augmentent et les clients sont fidélisés, séduits par l'univers *shopper* proposé.

DES ENSEIGNES EN PROPRE EN PLEIN DÉVELOPPEMENT

Les magasins sous enseigne propre sont à la fois la vitrine du Groupe et un lieu privilégié de proximité avec les clients : ils permettent un contact direct, riche d'enseignements pour comprendre les tendances de vente et mieux cerner les attentes. Et ils complètent parfaitement le dispositif de distribution. Ce réseau est adapté en fonction des pays, mais partout il se développe. En 2019, le Groupe a ainsi ouvert 51 magasins, dont 13 en Égypte, 12 en Turquie, 6 au Japon et 2 en France. WMF, présent dans les Home & Cook avec plus de 50 corners, déploie par ailleurs des magasins sous enseigne propre dans nombre de pays, principalement sur la zone DACH (Allemagne, Suisse, Autriche), mais également en France, en Espagne, en Bulgarie, en Chine ou encore au Portugal et en Turquie. La marque a ouvert à Istanbul un second point de vente idéalement situé avec un espace dédié aux démonstrations culinaires. Une inauguration massivement relayée par les réseaux sociaux.

Plus de
1345
magasins Groupe dans le monde

Près de
7%
des ventes Groupe en 2019



En direct avec les consommateurs

Le e-commerce se développe et avec lui une nouvelle tendance : le « *Direct to consumer* », vente directe sans intermédiaire. S'inscrivant dans sa stratégie multicanale globale, le Groupe a lancé ses premières initiatives de vente en ligne sur certains de ses sites de marques. Cette approche, qui vise à gagner en agilité et en rapidité, combine offre adaptée – assortiment et prix –, expérience consommateur augmentée, gain de notoriété des marques – en générant du trafic sur leurs sites – et optimisation des fonctions supports – logistique et informatique notamment. Rowenta et WMF seront les premières marques à offrir cette nouvelle expérience d'achat.



Une nouvelle histoire s'écrit avec REWRITE

Porté par une volonté de se développer sur le segment très dynamique de la cosmétique instrumentale et de placer le consommateur au cœur de sa démarche commerciale, le Groupe lance cette année sa toute première DNVB*. Une approche disruptive combinant un appareil et une crème, une technologie innovante basée sur l'iontophorèse, qui assure la pénétration de cinq fois plus d'actifs dans la peau et issue du partenariat avec Feeligreen. Une cible de consommatrices très impliquées, baignées dans la culture digitale... Voici les ingrédients de REWRITE, la nouvelle marque beauté du Groupe SEB vendue exclusivement en ligne !

* Digitally Native Vertical Brand.



Actus



Activité BtoB : de belles vitrines sur le web

Les marques Calor, Krups, Rowenta, Tefal, Moulinex et Seb ont développé sur leur site Internet de nouvelles pages dédiées aux cadeaux d'affaires. Objectif : permettre à toute entreprise de contacter les marques plus facilement pour leurs opérations cadeaux d'entreprise, fidélisation clients, stimulation des ventes ou encore *incentives* destinées aux collaborateurs.

Compétitivité : renouveler la vision industrielle

Concevoir des produits de qualité passe par une conviction forte en matière de dispositif industriel. Celui-ci doit être innovant, performant et sûr pour garantir efficacité et compétitivité. Le Groupe SEB anticipe pour garder une longueur d'avance et mettre en place sa transition numérique.



Le Groupe SEB dispose d'un outil de production interne unique pour son secteur, à la fois global et proche des zones de consommation. Deux tiers des produits commercialisés sont fabriqués dans l'un de ses 42 sites industriels présents dans le monde. Dans les pays matures, les sites sont dédiés aux produits leaders et à forte valeur ajoutée. Dans les pays émergents, les unités de production répondent aux spécificités des marchés locaux et misent sur la compétitivité. D'autres sites ont pour vocation l'export : une façon de conserver en interne des savoir-faire et des technologies spécifiques ou protégés. L'externalisation de la production est réservée aux produits banalisés pour lesquels le Groupe n'occupe pas de position de leadership fort. Et la fabrication de certains produits peut être réinternalisée si cela s'avère plus pertinent.

DE GRANDS PROJETS INDUSTRIELS

Un dispositif industriel performant repose sur plusieurs leviers : bien planifier la production, ajuster les volumes en fonction de la demande, réorganiser les sites si besoin, maîtriser les coûts, recourir au *sourcing* si nécessaire... Et 2019 n'a pas manqué de grands projets en la matière. La production du site de Saint-Jean-de-Bournay, en France, a commencé à être regroupée sur le site voisin de Pont-Évêque pour coordonner nos processus d'injection plastique avec nos lignes d'assemblage des appareils de soin du linge. Le site de Mayenne a, quant à lui, été agrandi pour la production du Companion et des machines à café expresso tout automatiques. De la même manière, pour répondre à la croissance de l'activité des machines à café professionnelles, WMF a augmenté sa capacité de production à Geislingen, en Allemagne. Pour son activité Grand Public, la marque a commencé à consolider ses

JOËL AUTRAN
 Directeur Efficacité Industrielle
 Groupe SEB



« Le programme Opération Performance SEB (OPS) s'est poursuivi cette année. Nous avons franchi une nouvelle étape tournée vers la satisfaction client. La synchronisation accrue de la production avec la demande et un fort focus sur la performance nous permettront d'accélérer encore nos flux, de réduire nos stocks et d'augmenter notre compétitivité. »

Le Groupe SEB, «Best supplier SDA» en Suède

À l'occasion du salon annuel de la chaîne de magasins suédois Elon, le Groupe SEB a reçu le prestigieux prix «Best supplier for small domestic appliances» (meilleur fournisseur de petit électroménager). Une récompense qui reflète la belle présence du Groupe sur le segment du Petit Électroménager dans les pays nordiques.



opérations logistiques dans l'entrepôt de Dornstadt. Côté construction, plusieurs programmes ont été menés en Chine : deux bâtiments à Shaoxing pour augmenter la capacité de production en Petit Électroménager, une usine à Yuhuan pour les ustensiles de cuisine inox destinés à l'export et au marché domestique. Enfin, au Brésil, le Groupe a complètement modernisé ses lignes de production des ustensiles de cuisine sur le site d'Itatiaia.

EXCELLENCE OPÉRATIONNELLE, 3^E GÉNÉRATION

Le programme d'excellence opérationnelle OPS (Opération Performance SEB) est une démarche collaborative dont l'ambition est de construire une culture industrielle commune basée sur la satisfaction des clients et la performance.

42

sites industriels, dont 12 en France

2/3

des produits fabriqués en interne

266 M€

Investissements industriels

En 2019, le Groupe est entré dans une nouvelle phase de son programme en s'appuyant sur une amélioration des processus industriels « End-to-End » (de bout en bout) en partant des besoins du client jusqu'aux achats/approvisionnements, en passant par la distribution, la fabrication et le planning. Le client est placé au cœur des préoccupations du Groupe et l'objectif est de supprimer les non-valeurs ajoutées tout au long des processus pour améliorer la qualité, la compétitivité et le service. Cette exigence est plus que jamais nécessaire avec le développement du e-commerce. Le Groupe a par ailleurs développé des capacités de personnalisation de son offre pour les consommateurs finaux. Concrètement, les opérateurs de production sont placés au centre du dispositif d'amélioration continue : en visualisant les informations clés heure par heure pour corriger instantanément les paramètres de réglage, optimiser la performance et la qualité, et même prévoir et anticiper des dysfonctionnements. Le développement de solutions digitales « dites 4.0 » et l'automatisation permettent également de gagner en compétitivité et en qualité tout en améliorant les conditions de travail : réduction de la pénibilité et des tâches à faible valeur ajoutée, montée en compétences pour gérer des process innovants.

Échanger à distance en réalité virtuelle

Une première expérience d'échanges à distance a été menée en réalité virtuelle entre les équipes marketing « Petit déjeuner et boissons » et celles de Groupe SEB Japon. Elles ont ainsi pu tester les produits d'une nouvelle gamme. Cet essai confirme l'intérêt de cette technologie : suivre à distance l'avancement des projets et faire des ajustements avant l'envoi d'une maquette définitive. Un travail plus collaboratif et un gain de temps considérable !

« INDUSTRIE DU FUTUR » : UN PROGRAMME VISIONNAIRE

Mis en place en 2016, « Industrie du futur » est le programme qui a été lancé par le Groupe pour transformer l'ensemble de son périmètre industriel en s'appuyant sur les technologies numériques (automatisation, robotisation, information en temps réel et analyse des datas, intelligence artificielle, simulation...).





Il s'agit, dans le cadre de la stratégie digitale, d'optimiser la *supply chain*, du fournisseur au client, en améliorant la productivité et les conditions de travail tout en économisant les ressources. Intégré à la stratégie globale du Groupe, le programme a permis dans un premier temps de déterminer dix chantiers prioritaires (briques technologiques) qui touchaient à la digitalisation, au développement durable et au management des personnes. En 2019, le programme a été étendu au-delà des usines dans une perspective de *supply chain* globale, du fournisseur au client, suivant quatre grandes étapes – l'approvisionnement, la fabrication, la distribution et le planning –, avec un objectif majeur : développer la visibilité des performances pour le bénéfice des clients et des équipes tout en économisant les ressources de la planète. Les collaborateurs sont ainsi positionnés au cœur de l'amélioration, assistés des outils les plus modernes leur permettant de prendre les bonnes décisions au bon moment. Dans ce cadre, et pour la partie approvisionnement, le Groupe modernise ses processus d'achat de matières premières et composants et se prépare à digitaliser la relation avec ses fournisseurs. L'ensemble des datas sera consolidé dans un seul outil informatique et permettra d'utiliser les techniques d'intelligence artificielle.

Pour la partie fabrication, nous avons décidé de nous focaliser sur trois projets majeurs : le management visuel des performances en production (*Digital Shopfloor Management*), le management de l'énergie pour assurer la juste consommation des sites industriels

et l'amélioration des processus par l'analyse des datas grâce à des outils d'intelligence artificielle.

Plusieurs projets sont à ce titre en cours, l'un d'eux sur le site de Rumilly, basé sur une troisième génération d'intelligence artificielle permettant d'apprendre à la machine à détecter les produits défectueux. D'autres solutions d'analyse de données sont également en place, comme à Pont-Évêque, pour améliorer les gammes de moulages et optimiser les temps de cycle. Pour la partie logistique, un nouveau logiciel d'optimisation des flux entre l'Asie et l'Europe permet de réduire les coûts de transport et l'empreinte carbone du Groupe tout en améliorant le service aux clients. Nous utilisons aussi une solution de modélisation pour optimiser notre réseau de distribution en Europe et définir combien de centres logistiques sont utiles pour servir au mieux nos clients. Enfin, pour la partie planning, le Groupe teste des solutions d'analyse des données et d'intelligence artificielle pour améliorer ses prévisions de vente et optimiser ainsi la planification de sa production pour mieux répondre aux besoins des clients, mais aussi pour réduire les stocks, rebuts de stocks et dépenses énergétiques.

Le Groupe confirme ainsi son ambition de tirer le meilleur parti de ces nouvelles technologies au service de sa performance et de sa relation clients.

Sens

Pour un mode de vie plus durable et plus engagé





100 %
des sites certifiés
ISO 14001

94 %
de produits
estampillés « produit
réparable 10 ans »*

Plus de
500
projets soutenus par
le Fonds Groupe SEB
en dix ans

* Pour Moulinex, Rowenta, Tefal,
Seb, Calor, Krups, WMF.

Innovover pour une consommation durable

Le Groupe SEB place l'innovation au cœur de sa stratégie. Une innovation pensée « durable » pour une consommation plus responsable.



La dynamique d'innovation du Groupe SEB repose sur d'intenses échanges entre les équipes Recherche, Marketing, Design, Développement, Qualité et Développement Durable. Le SEB Lab joue également un rôle majeur pour accélérer les projets innovants en favorisant une collaboration multi-métiers. En 2019, il a intégré l'équipe du programme BiiS, qui a pour vocation de booster l'innovation à impact sociétal au sein du Groupe.

TOUS IMPLIQUÉS...

L'innovation est l'affaire de tous les collaborateurs : le challenge « All Innovators » en est la preuve ! Chaque année, les salariés des sites français sont invités à soumettre des idées d'innovation de produit et/ou de service. Le Groupe SEB déploie également toute une stratégie proactive d'innovation ouverte. Le fonds d'investissement SEB Alliance permet par exemple de nouer des partenariats avec des entreprises émergentes dans trois domaines ciblés : le bien-être, le monde connecté et le développement durable. En parallèle, le Groupe renforce ses collaborations avec des experts ou inventeurs externes, mais également en construisant des partenariats académiques.

... AU SERVICE DU CONSOMMATEUR

Afin de mieux cerner les attentes des consommateurs et des professionnels, 150 projets d'études sont menés chaque année par le Groupe SEB dans une quarantaine de pays. Et avec le programme SEB&You, le consommateur est directement intégré au processus d'innovation : depuis son lancement en 2015, 3250 produits et concepts ont pu être testés et la communauté compte aujourd'hui plus de 4000 membres. Une veille constante des échanges sur les réseaux sociaux permet également d'analyser les tendances, d'observer les comportements d'utilisation, d'avoir des retours d'expérience... Autant de données clés pour améliorer les produits et services.

Innovation durable

Pour répondre aux nouvelles tendances de consommation où l'éco-responsabilité prend une place croissante, notamment chez les millenials, le Groupe a lancé deux grands chantiers stratégiques d'innovation liés à l'univers de la cuisine et à celui de la maison : *Cook For the Planet* et *Home for the Planet*.

Objectif : inventer l'offre produits et services de demain en combinant :

- l'analyse des nouvelles attentes de consommation ;
- une approche transversale impliquant différentes équipes pour imaginer de nouveaux concepts (marathons créatifs) ;
- des méthodes agiles et itératives pour tester rapidement les concepts générés.

Design inclusif : l'innovation pour tous

En 2019, les équipes Design du Groupe SEB ont mis en place une démarche de design inclusif avec des associations œuvrant sur le handicap permanent ou temporaire. Objectif : repenser les produits pour qu'ils soient accessibles dans leurs usages au plus grand nombre.

Un Good Design Playbook élaboré avec APF France Handicap

L'appel à projets de la CNSA* remporté par le Groupe SEB et l'association APF France Handicap permettra la publication courant 2020 d'un *Good Design Playbook* : un guide de bonnes pratiques de conception. La méthodologie centrée utilisateur intègre des personnes en situation de handicap et des aidants à chaque phase du projet de conception. La gamme petit déjeuner sera lancée au premier semestre 2021 avec des produits élaborés selon cette démarche.

* Caisse nationale de solidarité pour l'autonomie.



La notice du Cookeo Touch accessible à tous

La notice du Cookeo Touch de Moulinex a été réécrite par les équipes de la Content Factory et du Marketing du Groupe SEB pour qu'elle réponde aux règles du FALC (Facile à lire et à comprendre) et soit donc accessible au plus grand nombre. Un Esat* a participé à la démarche en validant le contenu.

* Établissement et service d'aide par le travail.

Actus



Sensibilisation avec Handicap International

Handicap International et le Crias* sont intervenus en avril 2019 sur le Campus du Groupe afin de sensibiliser l'ensemble de l'équipe Design aux différentes formes de handicap. Les intervenants ont également permis aux designers de prendre conscience des difficultés d'usage liées à la conception des produits afin de les aider dans leur réflexion sur le design inclusif.

* Centre régional d'information pour l'agir solidaire.

Une démarche doublement récompensée

La démarche de design inclusif du Groupe SEB a été distinguée deux fois en 2019. Les Trophées « La Conso s'engage » organisés par le magazine *LSA* lui ont ainsi décerné le Prix de la collaboration associative dans la catégorie « Industriel ». La 3^e édition des Prix RSE-Développement durable proposée par la Cegos et Mines Paristech a récompensé, quant à elle, la démarche par le Prix collaboratif.

Le Groupe SEB fait sa révolution... circulaire !

La démarche du Groupe s'appuie sur plusieurs leviers : prolonger la durée de vie et le réemploi des produits, favoriser le recyclage et l'utilisation de matériaux recyclés, expérimenter l'usage mutualisé des appareils.



Maillon essentiel de l'économie circulaire, la réparabilité a été une priorité du Groupe SEB très tôt. Dès 2008, il a mis en place une politique innovante contre l'obsolescence programmée qui s'est concrétisée en 2015 avec l'engagement « Produit réparable 10 ans ». Depuis 2016, ce logo s'affiche sur 94 % des produits électroménagers commercialisés en Europe, Asie, Moyen-Orient pour Tefal, Rowenta, Moulinex et Krups, ainsi que pour Seb et Calor en France et en Belgique. En 2019, cet engagement s'est étendu à toutes les gammes de petit électroménager WMF, et l'extension à la marque brésilienne Arno est à l'étude. Les consommateurs peuvent donc compter sur le centre mondial

de pièces détachées du Groupe (SEB International Services) où 5 000 références sont stockées, certaines imprimées en 3D (60 références ont été testées par les consommateurs). En 2020, ce centre devrait être agrandi.

L'ÉCO-CONCEPTION AU CŒUR DES PRODUITS

La réparabilité des produits doit être pensée dès l'origine, comme le rappelle le guide de l'éco-conception du Groupe SEB. Les produits doivent être conçus pour être facilement démontables et remontables, mais aussi facilement recyclables. En 2019, le taux de recyclabilité potentielle moyenne des familles de produits électriques conçus dans l'année atteint plus de 80 %. De plus en plus d'appareils intègrent d'ailleurs des matériaux recyclés. L'objectif fixé en 2013, qui était de 20 % à l'horizon 2020, est dépassé avec 35 %. Le Groupe SEB vise désormais 50 % en 2023 et s'engage à doubler l'utilisation annuelle de plastiques recyclés en France d'ici 2025 (par rapport à 2017). La démarche du Groupe a été saluée en 2019 : Tefal a remporté le Grand Prix de la responsabilité des marques sociétales (RSM)[®] pour sa gamme Eco Respect de poêles et casseroles en aluminium 100 % recyclé.



94 %
de produits estampillés
« produit réparable 10 ans »*

* Pour Moulinex, Rowenta, Tefal, Seb, Calor, Krups, WMF.

JOËL TRONCHON
Directeur Développement Durable
du Groupe SEB



« C'est parce que nous avons gardé un savoir-faire industriel et que nous avons la maîtrise du développement et de la fabrication de nos produits que nous pouvons avoir une politique offensive, notamment en matière d'éco-conception et de réparabilité. »

L'éco-packaging pour des emballages responsables

Le Groupe SEB est soucieux de concevoir des emballages garantissant leurs principales fonctions tout en minimisant leur impact environnemental. C'est pourquoi il s'est fixé trois objectifs pour 2023 :

- zéro sous-emballage plastique ;
- zéro polystyrène expansé [PSE] ;
- 90% de fibres recyclées dans les cartons.

En ce qui concerne le premier objectif, plusieurs produits ont franchi le cap en 2019, comme le mini-hachoir 5 secondes de Tefal. Les cales en PSE ont été remplacées par un calage en carton pour le Steam'up de Moulinex. Concernant le taux de fibres recyclées, le taux de 90% est déjà atteint pour les sites de production européens et en passe de l'être en Asie.



LE RÉEMPLOI ET LA FIN DE VIE DES PRODUITS

Depuis 2012, le Groupe SEB multiplie les initiatives en faveur du recyclage des articles culinaires, en particulier en Europe et en Asie avec la marque Tefal. Les consommateurs sont invités à déposer leurs anciens produits en magasin contre un bon de réduction pour l'achat d'un nouvel article de la gamme Eco Respect. Les produits usagés sont recyclés par des entreprises spécialisées pour être réemployés dans la fabrication de nouveaux produits, y compris des articles culinaires. De la même façon, le Groupe SEB redonne une seconde vie aux produits retournés, dans le cadre du service après-vente. Ainsi, plus de 5000 appareils ont été réparés et rénovés par l'association française d'insertion ENVIE Anjou et recommercialisés. La marque All-Clad propose également à ses clients restaurateurs des poêles d'occasion, remises à neuf pour une seconde vie !

Engagé pour la protection de la planète

Dès la conception des produits, le Groupe SEB agit à chaque étape pour limiter leur empreinte environnementale et contribuer à la lutte contre le réchauffement climatique. Un engagement à la hauteur des enjeux.

Avec plus de 360 millions de produits de petit équipement domestique vendus chaque année dans le monde, le Groupe SEB se doit d'agir pour répondre, à son niveau, aux enjeux environnementaux auxquels notre planète est confrontée. Pour mettre en œuvre son engagement, le Groupe s'appuie sur la certification internationale ISO 14001 de ses sites ainsi que sur son guide éco-conception. En 2019, afin d'aider les équipes Innovation à s'approprier cette démarche d'éco-conception, un nouveau module de formation a été créé. De la même manière, le Groupe SEB actualise régulièrement les analyses de cycle de vie de ses produits pour toujours plus réduire leur empreinte écologique.

100 %
des sites certifiés ISO 14001





Siège social de la filiale des Pays-Bas.

FABRIQUER SELON LES RÈGLES DE L'ÉCO-PRODUCTION

L'éco-production a un rôle clé à jouer en faveur du climat. Le projet Usine du Futur lancé en 2016 par le Groupe SEB participe à cette démarche en favorisant une production « responsable » de ses sites industriels afin d'économiser les ressources de la planète. De nombreux projets visent l'optimisation énergétique, mais aussi la diminution de la consommation d'eau et de matières premières. Une politique ambitieuse est également menée en faveur de la réduction des déchets et de leur recyclage. En 2019, le Groupe SEB a déployé un standard Groupe sur le management de l'énergie basé sur les exigences essentielles de la norme ISO 50001. Intégré au manuel d'audit interne, celui-ci s'appliquera progressivement à tous les sites. Plusieurs d'entre eux sont déjà certifiés ISO 50001 : Erbach (Allemagne), Rumilly et Tournus (France), ainsi que la majorité des sites européens de WMF et le site d'Emsa à Emsdetten. Dans la même logique, le challenge des projets éco-innovants permet chaque année de mettre en avant des initiatives des sites industriels et logistiques. En 2019, 53 projets issus de 30 sites et entités ont été présentés. Plus de la moitié d'entre eux portait sur l'énergie, à l'image de celui de Lourdes (France). Un nouveau compresseur à vitesse variable permet de récupérer de la chaleur pour le chauffage des locaux.

DÉVELOPPER LES ÉNERGIES RENOUVELABLES

Le Groupe SEB a également recours aux énergies renouvelables. En 2019, de nombreux projets d'installations photovoltaïques ont été mis en place, comme sur le Campus SEB à Écully et au siège de la

filiale des Pays-Bas. Le site industriel de Rionegro (Colombie) a également validé un projet de ferme solaire au sol. D'autres sont à l'étude, notamment en France, en Italie, en Chine, en Égypte, au Brésil et au Vietnam. Le site de Wilbur Curtis à Montebello (États-Unis), récemment acquis par le Groupe, est déjà équipé de panneaux photovoltaïques : ils assurent plus de la moitié de sa consommation électrique.

PRÉSERVER LA RESSOURCE EN EAU

Attentif à la préservation de la ressource en eau, de bonnes pratiques existent dans le Groupe pour réduire la consommation et recycler les effluents. Ainsi, le site de Selongey (France) installe de nouveaux tunnels de lavage des pièces inox qui vont permettre d'économiser plus de 70 % d'eau. À Canonsburg (États-Unis), All-Clad a instauré un programme de chasse à la surconsommation. Les sites d'Hangzhou (Chine) et de Rionegro (Colombie) réutilisent, quant à eux, les eaux usées pour la production ou pour l'alimentation des sanitaires. L'installation colombienne a également mis en place un schéma de récupération et de stockage des eaux pluviales qui couvre plus de la moitié des besoins en eau du site. Autre exemple, au Brésil, Itatiaia utilise une partie des eaux traitées par la station d'épuration pour le nettoyage des outils.

LIMITER LES DÉCHETS

Agir pour la planète, c'est aussi intervenir au niveau des déchets industriels. Le Groupe SEB compte de nombreuses initiatives sur le terrain pour réduire leur volume. Ainsi, les sites d'Erbach (Allemagne), de Selongey, d'Is-sur-Tille et de Vernon (France) ou encore de Shanghai (Chine) renvoient aux

fournisseurs les emballages de composants afin qu'ils soient réutilisés pour les livraisons suivantes. S'agissant des palettes, Lourdes et Vernon ont standardisé le modèle pour qu'elles puissent être réemployées pour les expéditions aux clients. Réduire les déchets passe aussi par de meilleures méthodes de production, comme à Erbach, qui a divisé par trois les déchets de colle des cycles de rinçage grâce à une optimisation du process d'assemblage, ou comme à Saint-Jean-de-Bournay, qui a réduit d'un tiers le volume d'encre par la modification des encriers des machines.

RÉDUIRE LES ÉMISSIONS CARBONE DES TRANSPORTS

Le transport des matières premières, des composants et des produits finis est une source importante d'émissions de gaz à effet de serre (GES). Afin de mieux intégrer l'impact des transports dans sa stratégie de développement durable, le Groupe SEB s'est engagé dans la démarche Fret 21 lancée par l'Ademe et l'AUTF*. En parallèle, il continue d'améliorer la palettisation, via sa démarche EffyPACK et le logiciel PackSoft, et de réduire au maximum le taux de vide à l'intérieur des emballages.

* Association des utilisateurs de transport de fret.

Depuis 2019, il utilise également un nouveau progiciel pour optimiser les plans de chargement des conteneurs. Le Groupe favorise, par ailleurs, les solutions de transport alternatif comme le rail ou la voie fluviale. En 2019, ceux-ci ont représenté en Europe (EMEA) 36 % du transport. Par rapport à une option « 100 % route », cela a permis de diminuer de 98 % les émissions de GES tout en réduisant de 41 % les coûts logistiques.

PROTÉGER LA BIODIVERSITÉ

Le Groupe SEB encourage toutes ses entités à engager des actions en faveur de la biodiversité. Un livret regroupant les initiatives les plus marquantes recensées dans le Groupe va être mis à leur disposition pour créer une dynamique mondiale. Supprimer l'usage de produits phytosanitaires pour les espaces verts est une des démarches à développer. Et parmi les exemples remarquables : le jardin conservatoire, en partenariat avec l'institut Vavilov, du Campus SEB, les prairies fleuries d'Emsdetten (Allemagne), la tour à hirondelles d'Is-sur-Tille (France), les ruches de Rumilly (France) ou encore l'espace de biodiversité aquatique à Canonsburg (États-Unis).

Les objectifs du Groupe SEB

OBJECTIFS ENVIRONNEMENTAUX 2020

En 2013, le Groupe a défini une série d'objectifs ambitieux :

- - 20 % de consommation d'énergie pour les sites de production et logistiques (année de référence 2010)
État d'avancement à fin 2019 : - 21,3 %
- - 20 % d'émissions de gaz à effet de serre pour le transport des produits par unité vendue (année de référence : 2013)
État d'avancement à fin 2019 : - 33 %
- 20 % minimum de matériaux recyclés dans les nouveaux produits
État d'avancement à fin 2019 : 35 %

OBJECTIFS BAS CARBONE

En 2016, le Groupe SEB a rejoint l'initiative Science Based Targets* (SBT) lancée par le WWF aux côtés du Global Compact (ONU), du WRI (World Resources Institute) et du CDP (Carbon Disclosure Project).

- Horizon 2023 :
 - 40 % de l'intensité carbone des scopes 1 et 2 (énergie fossile et électricité)
 - 15 % de l'intensité carbone du scope 3 (consommation énergétique des produits)
- Horizon 2050 : neutralité carbone

* Elle incite les grandes entreprises mondiales à mettre en cohérence leurs objectifs de réduction des émissions de gaz à effet de serre avec les recommandations du GIEC de contenir la hausse de la température moyenne mondiale en dessous de 2 °C d'ici la fin du siècle.



Engagé pour la lutte contre le gaspillage alimentaire

Le Groupe SEB contribue à la lutte contre le gaspillage alimentaire en favorisant le fait-maison. Il donne également de nombreux conseils et recettes pour tirer parti du maximum des fruits et légumes avec les *blenders* (Powelix notamment) ou les extracteurs de jus (Juice & Clean, Juiceo, Power Juice de Moulinex). Des actions de sensibilisation sont conduites par plusieurs filiales : Groupe SEB Brésil, par exemple, organise des cours de cuisine montrant comment utiliser l'intégralité des fruits et légumes, y compris les épiluchures.

Tefal, la gamme Eco Respect : 100 % aluminium recyclé

Tefal a lancé Eco Respect, une nouvelle gamme de poêles, casseroles, woks et faitouts 100 % aluminium recyclé. Celui-ci nécessite 20 fois moins d'énergie pour être produit que l'aluminium vierge tout en offrant une résistance et une robustesse identiques.



Actus



Oui au vrac ! Oui aux emballages Emsa

La startup Vrac'N Roll propose du vrac bio en ligne livré sur toute la France. Le Groupe SEB accompagne son développement avec sa marque Emsa. Les produits sont conditionnés dans des boîtes Optima consignées.

Une meilleure gestion des sacs plastiques

Grâce à une belle collaboration entre le Retail Marketing, les Achats, le Développement Durable et WMF, le Groupe SEB a réalisé 23 % d'économies sur les sacs plastiques distribués en magasin. Les clés du succès ? Moins de références, moins de fournisseurs, des délais de livraison optimisés et une gestion centralisée des commandes et du stock.

LES SACS DES MAGASINS AUSSI...

Le recours au plastique recyclé s'étend également aux sacs proposés par les magasins du Groupe à leurs clients. En Europe, ils ont fait l'objet d'une remise à plat en 2018 dans un double objectif écologique et économique. Fabriqués à 80 % en plastique recyclé et recyclables à 100 %, les nouveaux sacs bénéficient du label environnemental Blue Angel. Outre l'utilisation de plastique recyclé, la réduction du nombre de fournisseurs [de dix à quatre, dont un couvre 75 % des besoins] contribue également à diminuer l'empreinte carbone liée au transport de matières. Début 2019, ces sacs étaient disponibles dans la quasi-totalité des pays de la zone EMEA possédant des magasins du Groupe (enseignes Home & Cook et WMF). Les 13 magasins d'Égypte ont eux aussi adopté cette démarche en 2019.

Pour l'ensemble de ces efforts sur le plastique recyclé, le Groupe a reçu, en 2018 en France, le Prix LSA « Développement de la responsabilité environnementale », qui l'a distingué parmi une centaine de candidats.

Les collaborateurs, force vive de l'entreprise

La politique de Ressources Humaines est basée sur les valeurs du Groupe : Volonté d'entreprendre, Passion pour l'innovation, Professionnalisme, Esprit de Groupe, Respect de la personne.



Pour accompagner sa croissance internationale et assurer une équité de traitement à chacun de ses 34 000 collaborateurs, le Groupe SEB déploie une politique de ressources humaines harmonisée au niveau mondial. Elle s'articule autour du respect des Droits de l'Homme, du développement des compétences, de la santé et de la sécurité au travail, du dialogue social, de la diversité et de l'équité.

180

programmes de formations disponibles dans le catalogue de la plateforme Digital Academy

Objectif 2023

30%

de femmes dans les postes de direction

ENCOURAGER L'ÉVOLUTION PROFESSIONNELLE

La majorité des postes de managers est pourvue par des collaborateurs du Groupe et 80 % des postes clés font l'objet de successions en interne. Offrir des parcours de carrière enrichissants est, en effet, une priorité du Groupe SEB. En 2019, la mobilité internationale des managers a connu une hausse de 60 % par rapport à 2018. Pour accompagner le développement de ses collaborateurs, le Groupe propose également un programme de *mentoring*. Depuis son déploiement à l'international en 2018, plus de 130 personnes en ont bénéficié. Au-delà de ces actions menées en faveur du management, le Groupe SEB déploie pour l'ensemble de ses collaborateurs une politique de formation ambitieuse pilotée par l'Université Groupe SEB (UGS) et adaptée à tous. Grâce au portail RH iGrow@SEB, 11 000 collaborateurs connectés ont ainsi librement accès à plus de 400 programmes de modules d'*e-learning*.

ATTIRER DE NOUVEAUX TALENTS

S'agissant des recrutements externes, le Groupe SEB mise sur le digital en renforçant sa présence sur les médias et réseaux sociaux. En 2019, le nombre de *followers* n'a cessé de croître : +24,5 % par rapport à 2018

ARTEM ISMAILOV
Responsable Formation
et Développement Groupe



« Au cours des trois dernières années, le dispositif Formation du Groupe a été sensiblement renforcé par des solutions digitales : offre e-learning facilement accessible par le plus grand nombre, large catalogue, tant pour le développement personnel que professionnel, etc. Et nous allons continuer à saisir les opportunités offertes par les nouvelles technologies pour accompagner nos collaborateurs et les former au monde de demain. »

L'éthique, une valeur en partage

La démarche éthique du Groupe SEB est formalisée dans un code partagé par l'ensemble des collaborateurs. Il comprend 18 thématiques, parmi lesquelles le non-travail des enfants, la lutte contre la corruption, la non-discrimination, la protection de l'environnement ou encore la prévention des conflits d'intérêts. Fin 2019, 90 % de salariés connectés avaient suivi le programme de formation en ligne. Une formation en présentiel a débuté en 2019 et continue d'être déployée mondialement en 2020. Le Groupe SEB mène également une politique d'achats responsables exigeante qui donne lieu à une charte dédiée.



sur LinkedIn, + 11,5% sur Twitter et + 60% sur Instagram. Le Groupe SEB a également développé un nouveau site Internet dédié au recrutement. Toutes les candidatures reçues sont traitées via la plateforme déployée dans 46 pays. Elle a collecté plus de 30 000 candidatures en 2019. Pour renforcer son attractivité auprès des jeunes, le Groupe actionne plusieurs leviers : la présence dans des chaires universitaires, les challenges à destination d'étudiants (Tech Challenge), l'intégration de jeunes diplômés via un parcours spécifique (Graduate Program) ou encore l'accueil de stagiaires et d'alternants – une démarche récompensée en France en 2019 pour la sixième année consécutive par le label Happy Trainees.

CULTIVER LA DIVERSITÉ

Nombre d'actions sont menées pour assurer la non-discrimination en termes de recrutement, de rémunération et d'évolution au sein du Groupe. Ainsi, en 2019, plus de 172 responsables RH, partenaires sociaux et membres de Comités de direction des sites français ont suivi la formation « Recruter et manager sans discriminer, harceler ou diffamer ». Toujours en France, neuf jeunes alternants issus de quartiers



populaires ont été recrutés avec l'aide du cabinet Mozaïk RH. S'agissant de l'égalité professionnelle entre femmes et hommes, le Groupe SEB a mis en place en 2019 son plan mondial « *Gender Diversity* », qui incite chaque pays à engager des actions en termes de mixité. En matière d'intégration de personnes en situation de handicap, le Groupe a signé en 2019, en France, un partenariat avec Hello Handicap, salon de recrutement 100 % virtuel dédié à l'emploi des travailleurs handicapés, et en Égypte avec l'organisation IECD*.

AMÉLIORER LA QUALITÉ DE VIE AU TRAVAIL

Selon le Baromètre interne mené par l'institut Great Place to Work, 71 % des collaborateurs estimaient en 2019 que le Groupe SEB est une entreprise où il fait bon vivre. Pour que ce taux de satisfaction continue de progresser, chaque entité met en place des plans d'actions ciblés. Des initiatives sur des thématiques communes existent par ailleurs, notamment pour faciliter un meilleur équilibre entre vie personnelle et vie professionnelle (horaires flexibles, télétravail...) ou encore favoriser la santé (programme Living Healthy aux États-Unis, programme détente et activité physique au Mexique et en Corée...). En France, un accord collectif a été renouvelé en 2019. Il comprend plusieurs points d'amélioration, parmi lesquels l'assouplissement des conditions d'accès au télétravail et l'abondement du Groupe pour le don de jours de repos.

ASSURER LA SANTÉ ET LA SÉCURITÉ

Pour réduire les accidents du travail et limiter les maladies professionnelles, le Groupe SEB s'appuie sur deux programmes à portée mondiale : « *Safety in SEB* » et « *Health in SEB* ». Le premier repose notamment sur la mise en place de standards de sécurité et sur la diffusion de règles d'or universelles. Les sites industriels et logistiques

Accidents du travail divisés par

2
en cinq ans**

25 %
des postes revus chaque année
pour améliorer l'ergonomie

Objectif 2023

100 %
des collaborateurs dans le monde
couverts par le socle social WeCare@SEB

ne sont pas seuls concernés : en 2019, le Groupe a renforcé sa politique de sécurité du personnel des magasins. Le plan « *Health in SEB* » propose, quant à lui, des standards et des indicateurs de suivi pour lutter contre les troubles musculosquelettiques (TMS) et prévenir les risques psychosociaux. En 2019, un réseau Santé France a été lancé pour déployer les bonnes pratiques en matière de TMS, et une formation sur le thème « Du stress au bien-être au travail » a été conduite auprès de plusieurs centaines de managers. Enfin, en termes de protection sociale et de conditions de travail, le Groupe SEB déploie progressivement un socle mondial, le WeCare@SEB, qui s'appuie sur deux piliers : l'assurance-décès et la prise en charge médicale (ouverture des hospitalisations à caractère accidentel).

* Institut européen de coopération et de développement.

** Accidents avec arrêt de travail.

Ensemble contre l'exclusion

Dans tous les pays, le Groupe SEB encourage l'implication citoyenne des salariés et leur engagement associatif, dans le cadre d'actions conduites via ses filiales ou le Fonds Groupe SEB.



Chine : 23 écoles construites par Supor

Supor a engagé en 2006 un vaste programme de construction d'écoles pour des enfants défavorisés en milieu rural. À ce jour, 23 établissements ont ouvert leurs portes et ont permis la scolarisation d'environ 20 000 enfants. En 2019, sept collaborateurs de Supor sont également intervenus dans l'école de Mesuo (Yunnan) pour des animations et du soutien scolaire.

OBH aux côtés d'enfants philippins

Depuis plus de dix ans, via l'association Star of Hope, les quatre filiales OBH (Suède, Danemark, Norvège, Finlande) parrainent 30 enfants aux Philippines pour les accompagner jusqu'à l'âge adulte. En 2019, les collaborateurs suédois ont également réalisé une collecte pour contribuer à la construction de nouvelles écoles et à l'achat de matériel scolaire.



Actus



Tous mobilisés pour la Charity Week

La Charity Week organisée par le Fonds Groupe SEB a mobilisé en 2019 63 sites dans 35 pays autour du thème « Ensemble contre l'exclusion ». Une grande variété d'actions ont été menées, parmi lesquelles des collectes alimentaires ou encore du soutien à des associations en faveur d'enfants défavorisés ou de personnes en situation de handicap.



France : une belle mobilisation lors des Charity Days

130 collaborateurs du Groupe SEB France ont participé en 2019 à la deuxième édition des Charity Days. Cette initiative permet aux salariés de s'impliquer ensemble autour de projets solidaires comme des collectes pour les Restos du Cœur, du tri de vêtements, des animations en résidence sociale, etc.

Gastromotiva pour favoriser l'insertion

En 2019, le Groupe SEB s'est engagé auprès de l'association Gastromotiva, qui forme des jeunes en situation d'exclusion dans la région de São Paulo aux métiers de la cuisine et de la restauration. La première promotion comptait une quarantaine de personnes, dont 51 % de femmes.



Performance

Pour une vision de long terme





7354 M€
Ventes en 2019

6555 M€
Grand Public

799 M€
Professionnel

Comité exécutif

Le Comité exécutif définit et met en œuvre la stratégie générale du Groupe, dont les piliers sont une croissance rentable et la compétitivité. Il pilote, ainsi, les projets stratégiques, fixe les objectifs consolidés, décide des priorités et alloue les moyens nécessaires aux activités, continents et directions transversales. L'approche du Groupe SEB s'inscrit dans une optique de long terme, de progrès et de responsabilité, pour garantir la création de valeur pour toutes nos parties prenantes.



« La stratégie du Groupe SEB répond à un double enjeu de croissance et de compétitivité, dans une optique de long terme, de progrès et de responsabilité. »



THIERRY DE LA TOUR D'ARTAISE
Président-Directeur Général



STANISLAS DE GRAMONT
Directeur Général Délégué



NATHALIE LOMON
Directrice Générale Adjointe
Finances



HARRY TOURET
Directeur Général Adjoint
Ressources Humaines



ALAIN LEROY
Directeur Général Industrie



VINCENT TAI
Directeur Général Continent
Asie



CYRIL BUXTORF
Directeur Général Continent
EMEA



MARTIN ZOUHAR
Directeur Général Continent
Amérique Nord et Centre



PATRICK LLOBREGAT
Directeur Général
Articles Culinaires



OLIVIER NACCACHE
Directeur Général
Petit Électroménager

Panorama financier et extra-financier

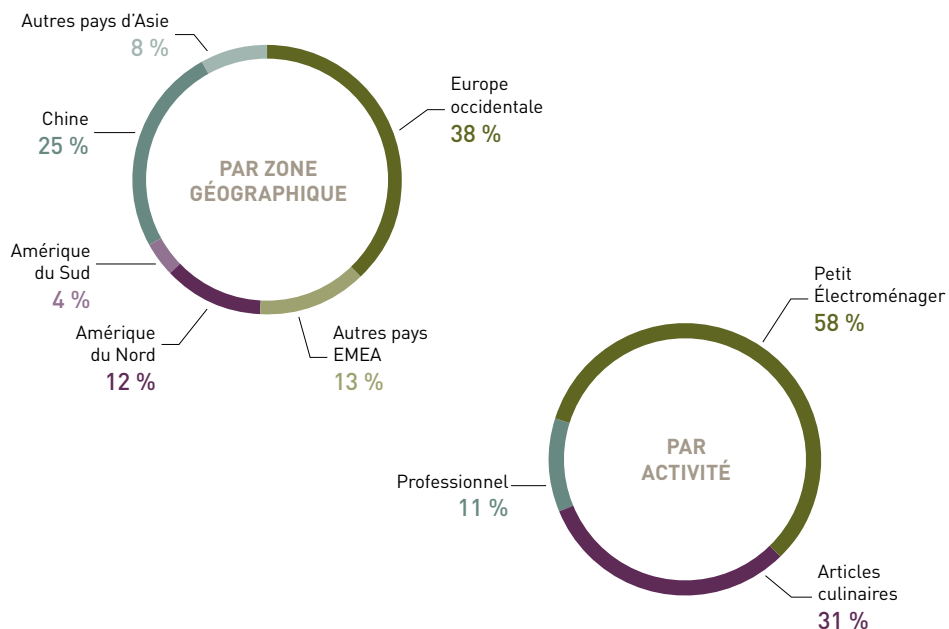
Les résultats financiers 2019 du Groupe SEB confirment la bonne santé de l'entreprise et par là même la pertinence de sa stratégie de développement. Les données sociales, environnementales et sociétales témoignent également de l'engagement responsable du Groupe, qui se renforce au fil des années.

CHIFFRE D'AFFAIRES	ROPA	RÉSULTAT NET
7 354 M€	740 M€	380 M€
+ 8,0% + 5,8% à tcpc*	+ 6,5% + 4,7% à tcpc*	- 9,4%
DETTE NETTE 1 997 M€		DETTE NETTE/EBITDA AJUSTÉ 2,1
Cash-flow libre : 367 M€		1,9 au 31/12/2018

* tcpc : taux de change et périmètre constants.

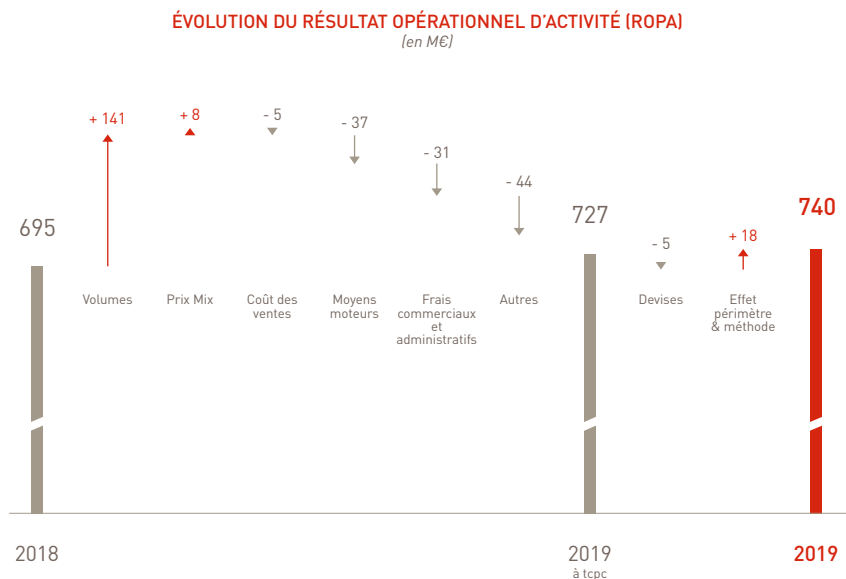
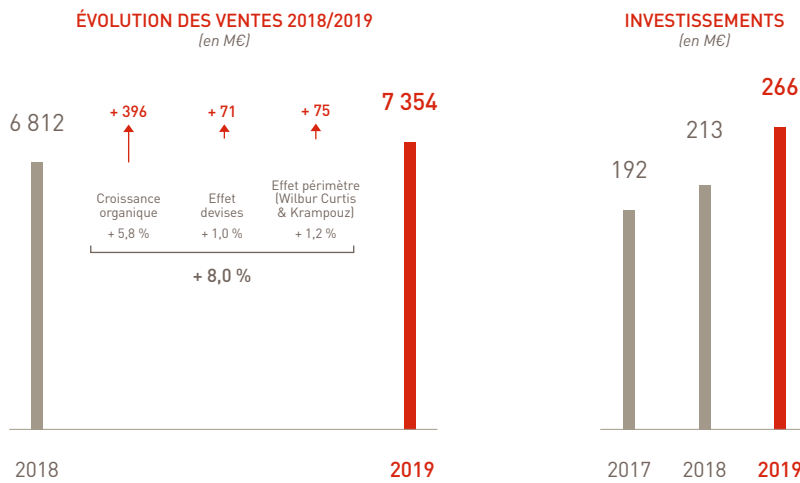
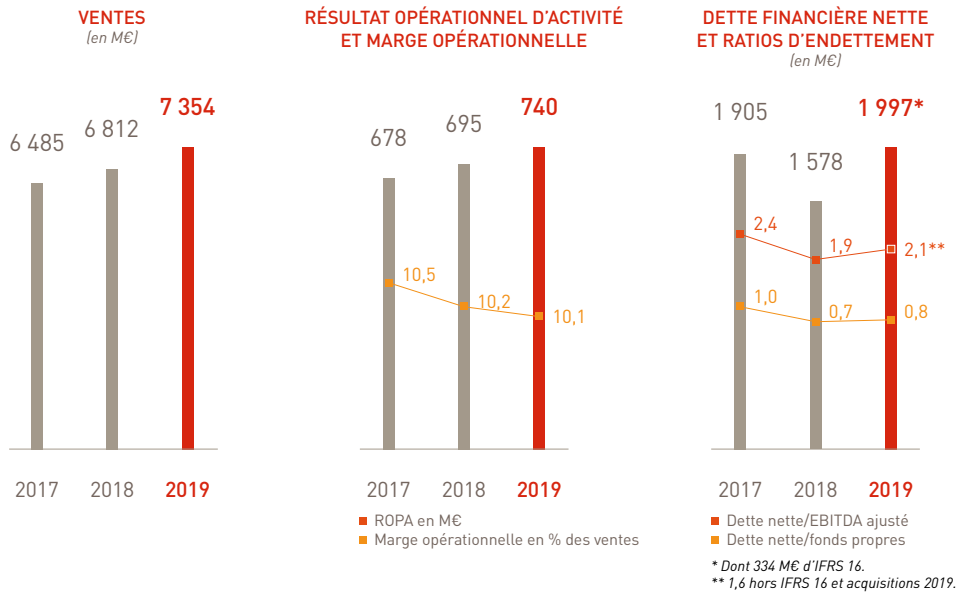


Répartition des ventes





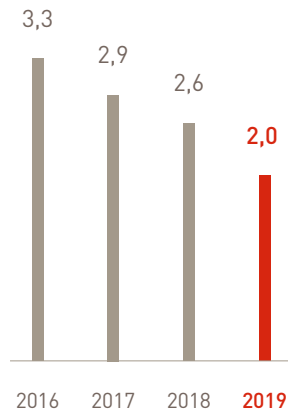
Indicateurs financiers





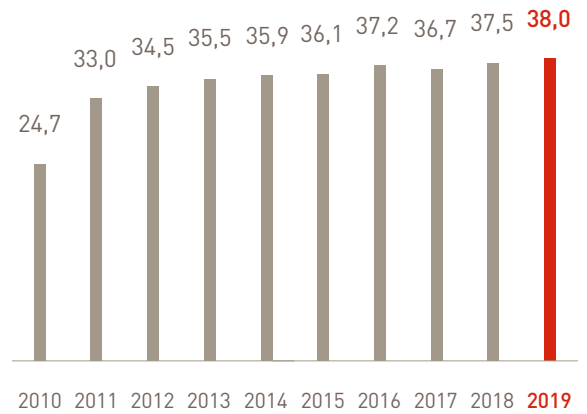
Performance sociale

ÉVOLUTION DU LTIRI *Lost time injury rate**



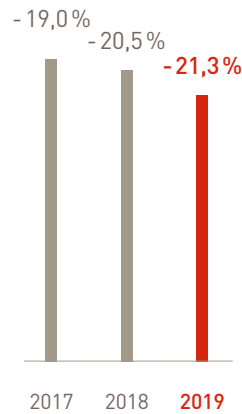
* Taux de fréquence des accidents avec arrêt de travail, intérimaires inclus.

ÉVOLUTION DU NOMBRE DE FEMMES MANAGERS *(en %)*

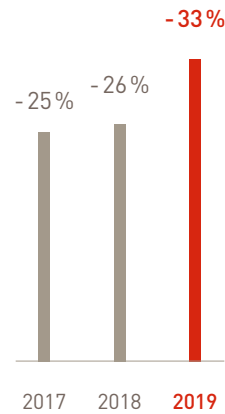


Performance environnementale et engagement sociétal

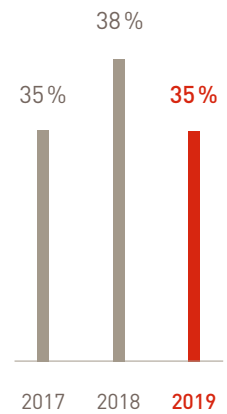
ÉCO-PRODUCTION *(évolution des émissions de gaz à effet de serre)*



ÉCO-LOGISTIQUE *(évolution des émissions de gaz à effet de serre)*



ÉVOLUTION DE L'UTILISATION DES MATÉRIAUX RECYCLÉS



94%

de produits estampillés
«produit réparable 10 ans»*.

3,05 M€

consacrés au mécénat
en 2019, soit +23%
depuis 2016.



Panorama 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

7 354 M€

- EMEA : 51 %
 - Asie : 33 %
 - Amériques : 16 %
- Les produits « sourcés »
représentent 36 % des ventes.

Groupe SEB

SOMMES CONSERVÉES

587 M€

- Refinancement des investissements : 278 M€
- Variations de provisions liées aux risques de l'activité : 18 M€
- Mises en réserves propres : 291 M€

Répartition par parties prenantes

FOURNISSEURS

5 028 M€

Incluant un panel de 456 fournisseurs représentant plus de 70 % de ces achats pour les matières premières et composants et pour les produits finis.

ONG

3,05 M€

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

ÉTAT ET COLLECTIVITÉS LOCALES

205 M€

Impôt sur les sociétés : 131,5 M€
Impôts locaux : 74 M€

ACTIONNAIRES

137 M€

Versés en 2019 au titre de l'exercice 2018.

COLLABORATEURS

1 334 M€

Versés à 33 294 collaborateurs, 78 % salaire brut, 22 % charges sociales. 31,2 M€ de participation et d'intéressement à verser en 2020.

BANQUES ET INVESTISSEURS OBLIGATAIRES

60,7 M€

Principalement charges financières liées aux intérêts d'emprunts bancaires.

Conseil d'administration

Le Conseil d'administration de SEB S.A. est un organe collégial qui représente l'ensemble des actionnaires et inscrit son action dans l'intérêt social de la société et du Groupe. Grâce à leur diversité et à la complémentarité de leurs profils, les 17 administrateurs apportent au Conseil une vision élargie s'appuyant sur leurs expertises respectives. Depuis 1995, le Conseil d'administration s'est doté de comités spécialisés pour l'assister dans les domaines dans lesquels des compétences et des réunions spécifiques sont nécessaires.



4
réunions
en 2019

100 %
de taux de
participation

COMITÉ AUDIT ET CONFORMITÉ

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.

4
réunions
en 2019

100 %
de taux de
participation

COMITÉ GOUVERNANCE ET RÉMUNÉRATIONS

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. Ce comité donne également son avis sur les questions de gouvernance ou d'éthique et intervient sur la politique RSE du Groupe (analyse des enjeux, revue des actions et des principaux indicateurs de performance extra-financière).



THIERRY DE LA TOUR D'ARTAISE
Président-Directeur Général



DELPHINE BERTRAND
Administratrice, membre du Groupe Fondateur, adhérent à FÉDÉRACTIVE



NORA BEY
Administratrice représentant les salariés



VENELLE INVESTISSEMENT
Administrateur, membre du Groupe Fondateur
DAMARYS BRAIDA
Représentante permanente de VENELLE INVESTISSEMENT au Conseil d'administration



FÉDÉRACTIVE
Administrateur, membre du Groupe Fondateur
SARAH CHAULEUR
Représentante permanente de FÉDÉRACTIVE au Conseil d'administration



GÉNÉRATION
Administrateur, membre du Groupe Fondateur
CAROLINE CHEVALLEY
Représentante permanente de GÉNÉRATION au Conseil d'administration



YSEULYS COSTES
Administratrice indépendante



JEAN-PIERRE DUPRIEU
Administrateur indépendant



FFP Invest
Administrateur indépendant
BERTRAND FINET
Représentant permanent de FFP Invest au Conseil d'administration



BRIGITTE FORESTIER
Administratrice représentant les salariés actionnaires



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



LAURENT HENRY
Administrateur représentant les salariés



JEAN-NOËL LABROUE
Administrateur indépendant



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



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

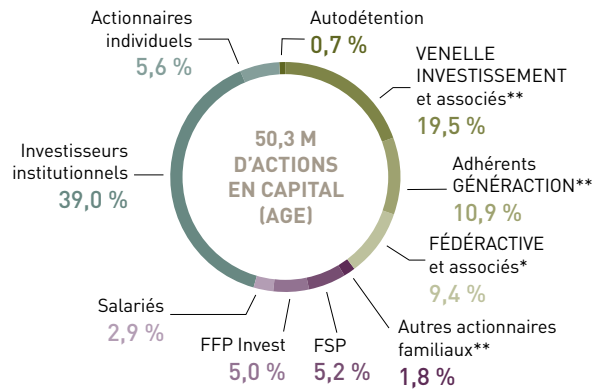


AUDE DE VASSART
Administratrice, membre du Groupe Fondateur, adhérent à VENELLE INVESTISSEMENT



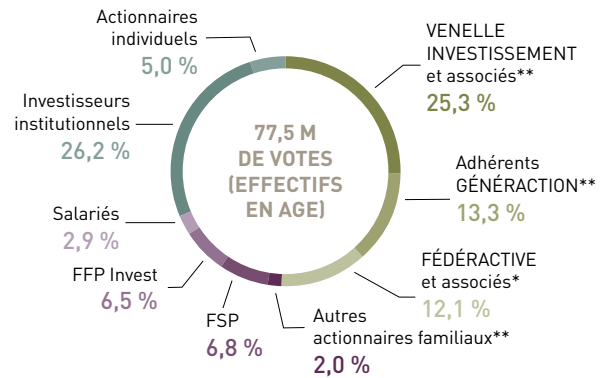
Fonds Stratégique de Participations (FSP)
Administrateur indépendant
CATHERINE POURRE
Représentante permanente du FSP au Conseil d'administration

RÉPARTITION DU CAPITAL AU 31/12/2019



* Actionnaires du Groupe Fondateur
** Actionnaires issus du Groupe Fondateur poursuivant l'action de concert initiale (Pacte du 27/02/2019) : 32,1 %

RÉPARTITION DES DROITS DE VOTE AU 31/12/2019



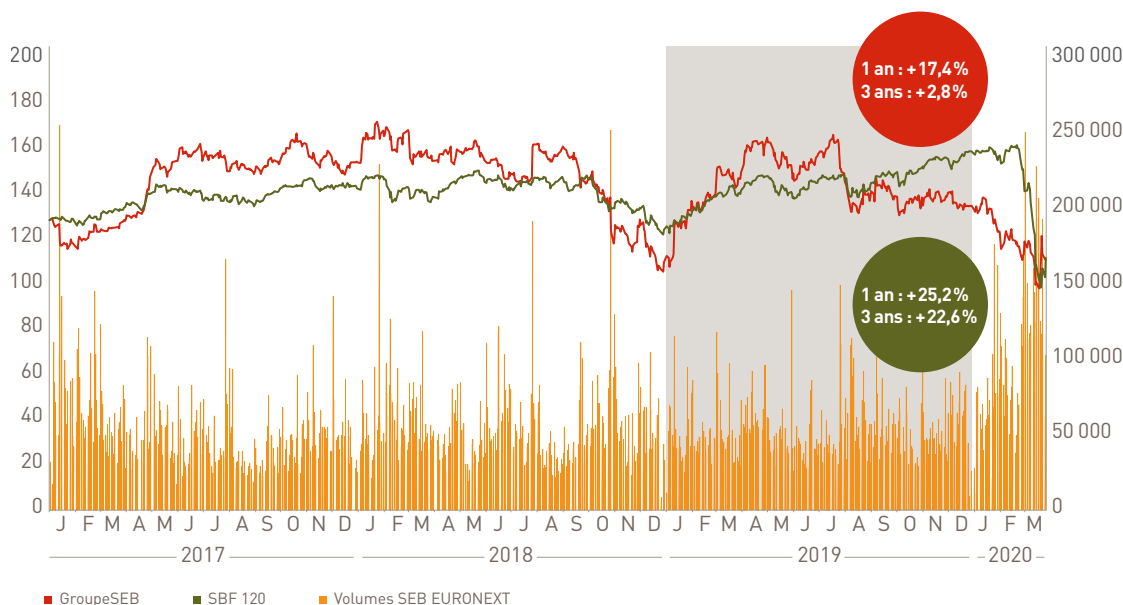
* Actionnaires du Groupe Fondateur
** Actionnaires issus du Groupe Fondateur poursuivant l'action de concert initiale (Pacte du 27/02/2019) : 40,6 %

Membre du Comité audit et conformité
 Membre du Comité gouvernance et rémunérations

Administrateurs familiaux
 Administrateurs indépendants
 Administrateurs salariés

Performance boursière

ÉVOLUTION DU COURS DE BOURSE DEPUIS LE 31/12/2016 (AU 24/03/2020)



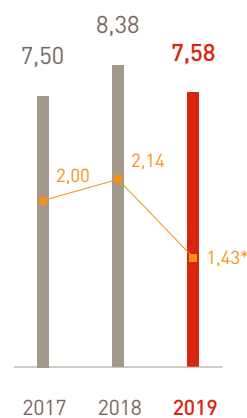
FICHE SIGNALÉTIQUE

PLACE DE COTATION	Euronext Paris, Compartiment A
CODE ISIN	FR0000121709
CODE LEI	969500WP61NBK098AC47
DATE D'INTRODUCTION	27 mai 1975
NOMBRE D' ACTIONS	50 307 064 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
AUTRES INFORMATIONS	Éligible au SRD
TICKERS	Reuters : SEBF.PA - Bloomberg : SK.FP

PERFORMANCE 2019

au 31/12/2019	
Cours de clôture (en €) :	132,40
Capitalisation boursière (en M€) :	6 661
+ haut (en séance) :	166,80
+ bas (en séance) :	107,00
Moyenne de l'année (cours de clôture) :	144,13
Moyenne des 30 derniers cours de clôture de l'année (en €) :	136,94
Moyenne journalière des transactions (en actions) :	53 796

RÉSULTAT NET DILUÉ PAR ACTION ET DIVIDENDE



* Dividende proposé à l'AG du 19 mai 2020, compte tenu des effets de l'épidémie de Covid-19.

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 <https://planetshares.bnpparibas.com/login>



www.groupeseb.com

Création, conception, rédaction et réalisation : SEITOSEI

Photos :

Andy Brunner, Philippe Cap, Comstock Images, Content Factory Groupe SEB, Léa Cuvinot, Laurent d'Oliviera/TarzShoot, Hughes Delescluse, Jean-François Deroubaix, GettyImages/iStock, Conne van d Grachten, I. Guegan, Alain Guillemaud, International Photo Co, Alex Jones, Gordon Koelmel, Pierre Orssaud, Photothèque Groupe SEB, Philippe Schuller, Charles Siaux, SuperCore, Tekoa Photos, Unsplash, DR.

Impression : Frazier



Groupe SEB

Campus SEB – 112, chemin du Moulin-Carron

69130 Écully – France

Tél. : +33 (0)4 72 18 18 18

2019
WWW.GROUPESEB.COM

