

Communiqué de presse

VENTES PROVISOIRES CONSOLIDÉES 2010

Une excellente année 2010

- Une fin d'année solide, en ligne avec les trimestres précédents
- Une activité internationale équilibrée
- Une dynamique produits porteuse

En millions d'euros	Ventes 2009	Ventes 2010	Variations en %	
			Parités courantes	Parités constantes
France	685	712	3,9 %	3,9 %
Autres pays de l'Europe Occidentale	728	788	8,2 %	7,7 %
Amérique du Nord	349	404	15,9 %	7,5 %
Amérique du Sud	262	346	32,2 %	12,3 %
Asie Pacifique	600	762	27,1 %	18,7 %
Europe Centrale, Russie, et autres pays	552	639	15,7 %	9,4 %
TOTAL	3 176	3 651	15,0 %	9,6 %

% calculés sur chiffres non arrondis

Après une année 2009 qui avait cumulé les facteurs adverses, le Groupe SEB a bénéficié en 2010 d'un contexte général plus favorable à ses ventes, qui se sont caractérisées par :

- Une forte hausse des volumes, dans un contexte de fermeté de la demande en petit équipement domestique, conjuguant croissance dans les pays matures et reprise rapide dans la quasi-totalité des pays émergents ;
- Un effet devises très positif par rapport à 2009 (170 M€), qui, dans un environnement monétaire resté hautement volatil, résulte de l'appréciation de pratiquement toutes les monnaies par rapport à l'euro, notamment au second semestre (real, dollar, yuan, rouble...).
- Des réajustements de prix à la baisse dans certains pays où nous avons passé des hausses en 2009 -en compensation des dépréciations de devises-, afin de préserver notre dynamique de marché.

Dans ce contexte, le Groupe SEB réalise une performance très satisfaisante avec un chiffre d'affaires en progression de 15% à parités courantes et de 9,6% à parités constantes. Cette croissance robuste est à mettre au compte d'une offre produits étendue et largement renouvelée ainsi que d'un soutien marketing et publicitaire accru. Malgré un historique élevé, le 4^e trimestre s'achève sur des ventes solides, en hausse de 14,6% à parités courantes et de 8,2% à taux de change constants.

SEB S.A. ■

DIRECTION DE LA COMMUNICATION FINANCIERE

Chemin du Petit Bois | BP 172 - 69134 ECULLY Cedex France | T.+33 (0)4 72 18 16 40 • Fax +33 (0)4 72 18 15 99
Société Anonyme au capital de 49 951 826 € | 300 349 636 R.C.S. Lyon | T.V.A. FR 12300349636

Ventes par zone géographique

En France, l'année 2010 a été marquée par la vigueur du marché du petit équipement domestique et par sa toujours forte réactivité à l'innovation. Dans un environnement concurrentiel très actif, notamment en petit électroménager, le secteur a bénéficié d'une dynamique produits forte à laquelle le Groupe SEB a apporté une nouvelle fois une importante contribution. Après un début d'année robuste, la croissance trimestrielle s'est établie autour de 3%, y compris au 4^e trimestre, pour lequel la base de comparaison 2009 était pourtant exigeante. Les contributeurs les plus significatifs à la hausse demeurent les articles culinaires, les générateurs vapeur, le café portionné (machines Nespresso et Dolce Gusto), le petit préparateur Fresh Express et l'aspirateur Air Force. Les efforts publicitaires déployés avant Noël ont sans nul doute participé à la croissance de l'activité au cours des dernières semaines de 2010.

Dans les autres pays de l'Europe Occidentale, fermeté de la demande et bonne tenue du marché du petit équipement domestique aboutissent à une croissance solide des ventes, qui s'est accentuée au second semestre. L'activité a progressé dans tous les pays mise à part la Grèce, mais elle reste contrastée selon les marchés. Dans une conjoncture pourtant très dégradée, le Groupe réussit une belle performance en Espagne, malgré un 4^e trimestre plus mesuré. En Allemagne et en Autriche, il confirme les bons scores des mois précédents tandis qu'en Italie et au Royaume-Uni, il signe un redressement marqué qui se traduit par une croissance soutenue. Cette dernière s'applique également aux Pays-Bas, mais dans un contexte de fin d'année plus difficile, comme en Belgique. Au Portugal, nos ventes se sont raffermies au fil des trimestres pour finir sur une légère progression.

En Amérique du Nord, 2010 a été hétérogène selon les trimestres, les pays et les marques. Sur la fin de l'année, des marchés atones et très promotionnels ont reflété une confiance limitée des ménages et une consommation molle. Après un 3^e trimestre fort, les ventes du Groupe marquent ainsi le pas sur les 3 derniers mois. Aux Etats-Unis, 2010 affiche pour autant une croissance soutenue en articles culinaires, grâce notamment au succès confirmé de T-fal, à la relance réussie de la marque Emeril et au redressement initié par All-Clad sur le segment premium après une année 2009 très difficile. En petit électroménager, après un démarrage lent, l'activité de Rowenta s'est améliorée au second semestre, conduisant à un chiffre d'affaires stable sur l'année. Krups en revanche est resté dans une spirale négative avec des ventes en recul marqué. Au Canada, le second semestre a permis de rattraper le mauvais début d'année, tandis qu'au Mexique, la progression forte est accentuée par une opération de fidélité avec un distributeur.

En Amérique du Sud, l'année 2010 a été marquée par le retour à un contexte économique plus porteur, qui s'est traduit par un rythme de consommation conforme aux niveaux d'avant-crise. Le Groupe conforte sa situation dans tous les pays de la zone à l'exception du Venezuela. Au Brésil, la conjoncture favorable et l'accès à la consommation d'une nouvelle classe moyenne ont entraîné une dynamique très positive sur la demande. S'appuyant sur des plans produits offensifs et sur une force de vente réorganisée, le Groupe y réalise une très belle année : reprise d'activité solide et reconquête de parts de marché en articles culinaires ; renforcement du leadership en petit électroménager grâce notamment au succès des ventilateurs, des blenders, de Dolce Gusto ou du lisseur Respect ; développement massif des magasins en propre... Dans les autres pays (Colombie, Argentine, Chili...), nos ventes bénéficient d'un élargissement de l'offre et sont en essor rapide.

En Asie-Pacifique, l'activité, en croissance vigoureuse tout au long de l'année, a été fortement tirée par la vitalité du marché chinois. Supor a largement participé à cette dynamique avec une progression de plus de 30% de ses ventes domestiques en 2010, et ce, malgré une hausse plus modérée au 4^e trimestre du fait d'un historique 2009 élevé. In fine, Supor a renforcé ses positions sur ses familles de produits existantes et a créé des relais de développement futur à travers son entrée sur de nouveaux segments (bouilloires, blenders...). Au Japon, les ventes 2010 restent soutenues mais le ralentissement de la croissance observé au 3^e trimestre s'est confirmé, reflétant le tassement de la consommation. En Corée, nous nous appuyons sur une activité solide en articles culinaires et sur le développement de l'offre en produits électriques pour poursuivre nos avancées. Enfin, en Australie, une fin d'année un peu plus positive a permis de compenser partiellement le retard accumulé au 1^{er} semestre.

SEB S.A. ■

DIRECTION DE LA COMMUNICATION FINANCIERE

Chemin du Petit Bois | BP 172 - 69134 ECULLY Cedex France | T.+33 (0)4 72 18 16 40 • Fax +33 (0)4 72 18 15 99
Société Anonyme au capital de 49 951 826 € | 300 349 636 R.C.S. Lyon | T.V.A. FR 12300349636

En Europe Centrale, Russie et autres pays (Turquie et pays du Moyen-Orient, Afrique...), le retour à la croissance en 2010 –raffermie au fil des trimestres– s’est fait dans un contexte de marchés plus concurrentiels et promotionnels qu’auparavant. Les situations sont restées contrastées selon les pays : reprise de la demande et redéploiement en cours des ventes en Russie et en Ukraine avec des premiers résultats positifs et encourageants ; rapide redémarrage du marché turc, où nous regagnons des positions en petit électroménager, grâce à un assortiment enrichi, en dépit d’une concurrence locale forte et active ; en Europe Centrale, en revanche, la reprise se fait attendre et la demande reste faible. Dans ce contexte, nos ventes se sont légèrement améliorées en fin d’année, notamment en Pologne, compensant le mauvais 1^{er} semestre.

Retrouvez l’information du Groupe SEB sur son site internet : www.groupeseb.com

Presse

Image Sept
Estelle Guillot-Tantay
7, rue Copernic
75116 PARIS

Tél : 33 (0) 1 53 70 74 93
Fax : 33 (0) 1 53 70 74 80

Investisseurs / Analystes

**Groupe SEB - Direction de la
Communication Financière**
Isabelle Posth
BP 172
69134 Ecully cedex

Tél : 33 (0) 4 72 18 16 40
comfin@groupeseb.com

Leader mondial du petit équipement domestique, le Groupe SEB déploie son activité dans près de 150 pays en s'appuyant sur un ensemble unique de marques de premier rang commercialisées à travers une distribution multiformat. Vendant quelque 200 millions de produits par an, il met en œuvre une stratégie de long terme fondée sur l'innovation, le développement international, la compétitivité et le service au client. Le Groupe SEB emploie 22 500 collaborateurs dans le monde.
