

Des performances opérationnelles satisfaisantes et conformes aux anticipations

- Des ventes semestrielles en croissance organique de 3,1%
- Un résultat opérationnel en repli limité, comme attendu
- Un résultat net en recul, non extrapolable sur l'année
- Une solide génération de trésorerie et un bilan sain
- Confirmation des objectifs 2013

Résultats consolidés en M€	1 ^{er} semestre 2012	1 ^{er} semestre 2013	Variation 2013/2012
Ventes	1 790	1 835	+ 2,5 %
<i>Croissance organique</i>			+ 3,1 %
Résultat Opérationnel d'Activité	143	137	-3,8 %
<i>en % des ventes</i>	<i>7,9 %</i>	<i>7,5 %</i>	
Résultat d'exploitation	127	117	-7,2%
Résultat net part du Groupe	74	52	-29,4 %
Endettement financier net (au 30 juin)	654	516	

Hors Maharaja Whiteline

Chiffres arrondis en M€

% calculés sur chiffres
non arrondis

Déclaration de Thierry de La Tour d'Artaise, Président-Directeur Général du Groupe SEB :

« Après une année 2012 en demi-teinte, ce 1^{er} semestre 2013 a été pour le Groupe SEB celui du retour à la croissance des ventes. Dans une conjoncture contrastée et incertaine, notre dynamique produits et notre exposition internationale étendue ont, une nouvelle fois, constitué nos meilleurs atouts pour capter le potentiel des marchés. Si la France représente momentanément un point dur, qui pénalise nos ventes et nos résultats, le Groupe a réussi à assurer sa croissance dans toutes les autres grandes zones géographiques.

Le résultat opérationnel d'activité, voisin de celui de fin juin 2012 - conformément à ce que nous avons annoncé -, reste satisfaisant. Le recul marqué du résultat net, lié à des facteurs ponctuels sans incidence sur la rentabilité intrinsèque du Groupe, ne doit pas être extrapolé sur l'année.

La génération de trésorerie toujours solide conforte encore davantage une situation financière déjà saine qui nous permet de bénéficier d'une marge de manœuvre financière confortable.

En dépit de nouveaux enjeux qui se sont profilés en juin avec les troubles sociaux en Turquie et au Brésil ainsi que la volatilité accrue de certaines devises, le Groupe confirme ses objectifs 2013 et mettra en œuvre les moyens nécessaires pour assurer une légère croissance organique de ses ventes, préserver le niveau 2012 de son résultat opérationnel d'activité et poursuivre son désendettement. »

Commentaires sur les Ventes

Le 1^{er} semestre 2013 s'est caractérisé par un environnement macro-économique légèrement mieux orienté qu'en 2012, avec toutefois la persistance de situations contrastées selon les pays. Le marché du Petit Equipement Domestique a reflété le caractère hétérogène de la consommation et a été marqué par des performances diverses selon les familles de produits. A l'instar de 2012, il est resté, d'une façon générale, très concurrentiel et promotionnel.

Avec un chiffre d'affaires de 1 835 millions d'euros, le Groupe SEB a réalisé au 1^{er} semestre 2013 une progression de 2,5% par rapport aux 6 premiers mois de 2012 et a ainsi renoué avec la croissance organique. A taux de change et périmètre constants (ie en excluant Maharaja Whiteline et hors joint-venture en Egypte, consolidée depuis le 1^{er} mars 2013 mais dont l'effet est négligeable dans les comptes), les ventes ont en effet été en progression de 3,1% sur le semestre, tirée par un 2^e trimestre (+3,5%) un peu plus dynamique que le 1^{er} (+ 2,7%). L'impact des devises s'est établi à -10 millions d'euros, largement alimenté par la dépréciation continue du real brésilien, alors qu'il était de +49 millions d'euros au 1^{er} semestre 2012. La volatilité des devises s'est au demeurant fortement accentuée en fin de période.

Détail de l'activité par zone géographique

Ventes (en M€)	1 ^{er} semestre 2012	1 ^{er} semestre 2013	Variation 2013/2012	
			Parités courantes	Périmètre et parités constants
France	287	262	- 8,8 %	- 8,8 %
Autres U.E. occidentale	322	338	+5,1 %	+5,4 %
Amérique du Nord	188	197	+5,1 %	+4,7 %
Amérique du Sud	200	194	- 3,0 %	+4,9 %
Asie Pacifique	479	522	+8,9 %	+7,4 %
Europe Centrale, Russie et autres pays	314	322	+2,5 %	+2,9 %
TOTAL	1 790	1 835	+2,5 %	+3,1 %

Chiffres arrondis en M€

% calculés sur chiffres
non arrondis

Ventes (en M€)	2 ^{er} trimestre 2012	2 ^e trimestre 2013	Variation 2013/2012	
			Parités courantes	Périmètre et parités constants
France	155	136	-12,1 %	-12,1 %
Autres U.E. occidentale	156	177	+13,2 %	+13,8 %
Amérique du Nord	97	102	+5,3 %	+4,3 %
Amérique du Sud	102	97	-4,7 %	+3,0 %
Asie Pacifique	223	239	+6,8 %	+5,5 %
Europe Centrale, Russie et autres pays	146	153	+4,7 %	+5,7 %
TOTAL	879	904	+2,8 %	+3,5 %

Chiffres arrondis en M€

% calculés sur chiffres
non arrondis

GRUPE SEB ■

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 par Actions Simplifiée au capital de 806 400 € | 016 950 842 R.C.S Lyon | T.V.A FR 94016950842

En France, la conjoncture économique tendue et la pression sur le pouvoir d'achat des ménages ont fortement impacté la consommation et le marché du Petit Equipement Domestique n'a pas été immune au recul de la demande au 1^{er} semestre. Il a en outre été perturbé par des programmes de fidélisation qui rendent les comparaisons difficiles d'une période à l'autre. Dans cet environnement morose, le phénomène de gestion très serrée des stocks par les distributeurs et l'amplification des opérations promotionnelles se sont poursuivis voire intensifiés. Dans ce contexte, les ventes du Groupe SEB ont baissé de près de 9% à fin juin, à l'issue d'un 2^e trimestre en recul de 12% qui s'explique pour moitié par la non-récurrence en 2013 d'un programme de fidélisation menée au 2^e trimestre 2012 en articles culinaires avec l'un de nos clients distributeurs. En petit électroménager, la situation est plus équilibrée : si les ventes souffrent en cafetières Nespresso –du fait du développement de systèmes alternatifs en café portionné– et en repassage, dans l'attente de la montée en puissance des nouveaux générateurs de vapeur lancés en mai, l'activité s'est avérée dynamique en aspirateurs, en robots pâtisseries (« kitchen machines »), en cafetières expresso automatiques et en sèche-cheveux, grâce notamment au succès du modèle « Silence ». La dégradation apparente de la performance par rapport au 1^{er} trimestre ne doit pas être extrapolée mais être mise en perspective d'un historique élevé au 2^e trimestre 2012 du fait du programme de fidélisation susmentionné.

Dans les autres pays de l'Europe Occidentale, le 2^e trimestre n'a pas apporté de changement majeur au contexte macro-économique qui demeure globalement morose et fragile. Pour autant, le marché du Petit Equipement Domestique a connu sur le semestre une évolution positive, la croissance soutenue dans des pays comme l'Allemagne ou le Royaume-Uni compensant largement la baisse continue de la demande en Espagne ou en Grèce. Dans cet environnement contrasté, le Groupe achève le semestre sur une progression solide de ses ventes, portée par une activité robuste au 2^e trimestre en complète opposition avec l'effondrement subi au 2^e trimestre 2012. Ainsi, en Espagne, la croissance enregistrée en début d'année s'est fortement accélérée sous l'effet de la mise en place d'un important programme de fidélisation avec une banque sur Dolce Gusto. Au Portugal, le redressement général de l'activité engagé depuis janvier s'est poursuivi à un rythme élevé. En Italie, le rebond du chiffre d'affaires au 2^e trimestre est largement dû à une opération de fidélisation à durée limitée. En revanche, la croissance forte des ventes en Allemagne s'appuie sur plusieurs piliers solides tels que le repassage, porté par les effets très favorables du dernier « Stiftung Warentest », le café (Dolce Gusto et machines expresso automatiques), les articles culinaires... et sur des moyens moteurs accrus. La dynamique est également restée positive au Royaume-Uni, malgré des historiques désormais exigeants, alors que les ventes restent en repli au Benelux.

En Amérique du Nord, les ventes semestrielles affichent une progression ferme à parités constantes, essentiellement portées par une activité soutenue aux Etats-Unis et très robuste au Canada. La légère embellie de l'économie américaine s'est traduite par une meilleure tenue de la consommation sur la période. Dans un marché du Petit Equipement Domestique un peu plus porteur, le Groupe a réalisé un chiffre d'affaires en croissance modérée sur 6 mois, mais en accélération au 2^e trimestre. T-fal a bénéficié d'une bonne vitalité en articles culinaires, soutenue par le lancement réussi de nouveaux produits, une distribution élargie –avec en particulier un essor rapide chez Amazon– et l'appui fort d'une opération commerciale ponctuelle sur le « Jumbo cooker », sauteuse de grande contenance. L'activité a également été mieux orientée en petit électroménager, avec de nouveaux référencements dans la distribution en repassage, tant sous marque Rowenta que T-fal, une amélioration amorcée dans la catégorie des friteuses liée notamment à un mouvement porteur sur Actifry en début d'année et la poursuite de la reconquête de Krups dans le domaine du café. Au Canada, après un 1^{er} trimestre vigoureux, dans la lignée de 2012, la croissance s'est quelque peu ralentie mais la tendance de fond est restée très positive, notamment en repassage, en grille-pain, et avec Fresh Express. Au Mexique, la fin du programme de fidélisation avec un distributeur s'est traduite par un tassement des ventes au 2^e trimestre, qui a pénalisé le chiffre d'affaires semestriel.

En Amérique du Sud, les ventes à fin juin reflètent à la fois la poursuite de la dépréciation du real brésilien et une activité moins porteuse au 2^e trimestre qu'au 1^{er} dont l'origine est principalement à mettre au compte des événements de juin au Brésil. Dans ce pays, après un début d'année plutôt tonique, malgré une confiance mitigée des consommateurs confrontés à une perte de pouvoir d'achat et un contexte de marché très concurrentiel et promotionnel, le Groupe avait réussi à maintenir une bonne dynamique en avril-mai. Elle s'appuyait notamment sur une offre produits solide (ventilateurs, robot culinaire Planetaria, Actifry, Beertender...) et sur le développement du e-commerce, avec des gammes dédiées. La conjonction d'une fête des mères en demi-teinte ayant entraîné des stocks importants dans la distribution, et de troubles sociaux en juin avec des conséquences significatives sur la consommation, a abouti à une chute marquée de notre activité au cours de ce mois. Pour autant, les commandes annulées ou non passées en juin semblent avoir été reportées sur juillet et devraient contribuer à une croissance retrouvée au 3^e trimestre. En Colombie, la situation est inverse, avec une accélération de la progression des ventes au 2^e trimestre, après un début d'année poussif. Parmi les produits champions contributeurs à l'amélioration de la situation, on citera le repassage, la

préparation des aliments, les appareils de coiffure, les ventilateurs et les articles culinaires. L'activité dans les autres pays de la zone s'est avérée plus erratique avec des performances satisfaisantes en Argentine, dans un environnement compliqué, ainsi qu'au Chili, mais en recul fort au Venezuela.

En Asie-Pacifique, la situation reste très hétérogène d'un pays à l'autre. La progression du chiffre d'affaires semestriel provient essentiellement du retour à la croissance de notre activité en Chine après une année 2012 difficile et atypique. Après un 1^{er} trimestre fortement dynamisé par le Nouvel An Chinois, l'activité s'est normalisée au 2^e trimestre tout en restant très porteuse sur la quasi-totalité de l'offre produits avec une mention particulière pour les autocuiseurs –classiques et électriques–, les cuiseurs à riz, les poêles et casseroles et les ustensiles. Parallèlement, Supor a continué son développement dans les villes de 3^e et 4^e rang, afin d'optimiser sa couverture territoriale, et a intensifié ses ventes via internet. Elle a ainsi largement surperformé la concurrence et poursuivi la consolidation de ses positions. Au Japon, dans un marché du Petit Equipement Domestique essentiellement alimenté par des produits d'importation, la dépréciation du yen constitue un enjeu général. L'activité du Groupe y est quasiment stable à parités constantes sur le semestre, avec toutefois une contribution positive des produits nouvellement lancés tels que les aspirateurs et le fer Freemove. En Corée, un contexte plus tendu, les nouvelles réglementations en matière d'ouverture des magasins et la cessation d'activité d'un client notamment se sont traduits par un léger tassement des ventes. En Thaïlande, nous poursuivons notre essor rapide grâce à des investissements soutenus et à l'élargissement de notre offre produits. Enfin, au Vietnam, les ventes au 30 juin bénéficient d'une forte dynamique en ventilateurs.

En Europe centrale, Russie et autres pays (Turquie, Moyen-Orient, Afrique...), le chiffre d'affaires à fin juin montre une accélération sensible de la croissance au 2^e trimestre, mais pour autant, les situations de marché et les performances du Groupe varient amplement selon les pays. En Russie, la vitalité de la consommation se maintient et les ventes du Groupe ont continué à progresser, portées en particulier par les hachoirs à viande, les multicuiseurs et le repassage. En Pologne, notre plus gros marché en Europe Centrale, le redressement graduel de l'économie nous a permis de renouer avec une croissance solide de notre activité à la fois en articles culinaires et en petit électroménager (préparateurs culinaires, cafetières expresso automatiques, repassage...). Des opérations spéciales menées avec des distributeurs ont participé à la progression des ventes tant en Russie qu'en Pologne. En Ukraine, après un démarrage vigoureux, l'activité a marqué le pas au 2^e trimestre dans un marché qui reste tonique mais est ponctuellement perturbé par des mouvements de fusion dans la distribution. En Turquie, dans un marché compliqué car fortement protégé, très concurrentiel et promotionnel, le Groupe rencontre des difficultés depuis plusieurs mois mais a mis en place des plans d'action produits spécifiques afin de retrouver le chemin d'une croissance rentable. Les troubles politiques récents ont cependant eu des répercussions sur les ventes, qui ont souffert en juin. Enfin, l'activité s'est redressée au 2^e trimestre, comme prévu, au Moyen-Orient (Arabie Saoudite et Emirats Arabes Unis).

Résultat Opérationnel d'Activité

A 137 millions d'euros, le résultat opérationnel d'activité du 1^{er} semestre est conforme aux anticipations, en repli modéré, de 3,8%, sur celui du 1^{er} semestre 2012 (143 millions d'euros). On soulignera toutefois, comme à l'accoutumée, que le résultat opérationnel d'activité du 1^{er} semestre n'est pas représentatif de l'année pleine et ne saurait être extrapolé.

Cette évolution du résultat opérationnel d'activité trouve son origine dans divers facteurs aux effets parfois contraires :

- l'effet volume est positif de 20 millions d'euros, reflétant à la fois la croissance organique des ventes et une bonne absorption des coûts industriels sur la période ;
- l'effet mix-prix est négatif de 17 millions d'euros du fait, essentiellement de la géographie des ventes, la conjugaison du recul en France et de la progression soutenue en Chine, en Europe Centrale et en Amérique Latine impactant défavorablement le mix-produit ;
- dans un contexte de détente des cours des matières premières, les prix d'achat se sont légèrement améliorés ;
- l'impact devises à fin juin est non significatif (-1 million d'euros), la parité moyenne euro / dollar du 1^{er} semestre 2013 étant stable par rapport au 1^{er} semestre 2012 et les fluctuations positives et négatives des autres devises de fonctionnement du Groupe s'annulant sur la période. L'amplification récente des variations devrait induire un impact plus marqué au second semestre.
- des frais en augmentation de 11 millions d'euros, reflétant notamment des investissements en moyens moteurs accrus.

Résultat d'exploitation et résultat net

Le résultat d'exploitation s'est établi à 117 millions d'euros, contre 127 millions d'euros à fin juin 2012. Cette baisse de 7,2% s'explique par le repli du Résultat Opérationnel d'Activité, auquel s'ajoutent d'autres charges d'exploitation (de 4 millions d'euros alors qu'elles étaient quasi inexistantes au 1^{er} semestre 2012) comprenant notamment des coûts liés à des restructurations mineures dans quelques pays ainsi que des frais exceptionnels (par exemple de gestion du litige sur Maharaja Whiteline). Le poste Intéressement et Participation est quant lui stable à 16 millions d'euros.

Le résultat financier atteint -25 millions d'euros (-14 millions d'euros à fin juin 2012), composé de frais financiers à hauteur de 15,5 millions d'euros, de pertes de change de 4 millions d'euros (gain de 4 millions d'euros au 1^{er} semestre 2012) liées à la dépréciation de certaines monnaies et notamment du bolivar vénézuélien et d'autres charges financières comprenant notamment des avantages au personnel.

Le résultat net s'établit à 52 millions d'euros, en baisse de 29% par rapport au 1^{er} semestre 2012. Il s'entend après une charge d'impôt de 27 millions d'euros – soit un taux de 29,4%, supérieur aux 28% de fin juin 2012 - et après déduction de la part des intérêts minoritaires de Supor qui s'élève à 13 millions d'euros (contre 7 millions d'euros au 1^{er} semestre 2012) et reflète l'amélioration des performances de Supor sur la période. Le recul du résultat net est largement lié à des facteurs exogènes ou non récurrents qui sont sans incidence sur le développement du Groupe ou sur sa rentabilité intrinsèque.

Structure financière

Le Groupe s'appuie sur une situation financière saine et sur un bilan solide.

Au 30 juin 2013, les capitaux propres du Groupe s'élèvent à 1 455 millions d'euros, quasiment stables par rapport à ceux de fin 2012.

La dette financière nette s'élève au 30 juin 2013 à 516 millions d'euros, en baisse de 40 millions d'euros par rapport au 31 décembre 2012. Cette évolution favorable résulte d'une génération de trésorerie d'exploitation de 110 millions d'euros sur le 1^{er} semestre issue en particulier d'une gestion serrée de besoin en fonds de roulement, qui représente en fin de période 21% du chiffre d'affaires, contre 23% un an auparavant.

Avec un ratio dette / fonds propres de 35% et un ratio dette / EBITDA de 1,1, le Groupe consolide encore sa structure financière qui s'appuie sur une architecture de financement diversifiée et flexible.

Evénements postérieurs à la clôture

Depuis le mois de décembre 2012, un litige oppose Harish Kumar, fondateur de Maharaja Whiteline, au Groupe SEB concernant la direction opérationnelle de la société indienne. Le juge de la High Court de Delhi a rendu son délibéré le 19 juillet 2013 et a rejeté toutes les demandes d'Harish Kumar, ce qui a pour effet de restaurer le Groupe SEB dans le management opérationnel de l'entreprise.

Cette décision sera susceptible de recours dans les semaines qui viennent, lorsque le jugement écrit aura été délivré, mais le Groupe SEB entend faire prévaloir au plus tôt ses prérogatives de direction générale de la société.

Perspectives

Sur la base des performances du 1^{er} semestre et des indicateurs économiques actuels, le Groupe est raisonnablement confiant pour les mois à venir. Face aux fluctuations récentes des devises, il est particulièrement vigilant et prêt à mettre en œuvre si besoin les actions compensatrices telles qu'un ajustement de la politique de prix, une réduction des coûts, un ciblage accru des investissements... Bien armé et réactif, le Groupe confirme ainsi sa confiance dans sa capacité à réaliser une légère croissance organique de ses ventes en 2013, à préserver le niveau de Résultat Opérationnel d'Activité de 2012 et à poursuivre la réduction de son endettement.

*

Retrouvez l'audiocast sur internet : <http://www.groupeseb.com> ou cliquez [ici](#)

Le Rapport Financier Semestriel sera disponible sur le site www.groupeseb.com le 25 juillet 2013

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

Presse

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

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



www.groupeseb.com

Leader mondial du Petit Equipement Domestique, le Groupe SEB déploie son activité dans près de 150 pays en s'appuyant sur un ensemble unique de marques de premier rang (Tefal, Rowenta, Moulinex, Krups, Lagostina, All-Clad, Supor...), commercialisées à travers une distribution multi format. 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 près de 25000 collaborateurs dans le monde.

COMPTE DE RESULTAT CONSOLIDE

<i>(en millions d'€)</i>	30/06/2013 6 mois	30/06/2012* 6 mois	31/12/2012 12 mois
Produits des activités ordinaires	1 835,2	1 790,0	4 059,7
Frais opérationnels	(1 698,1)	(1 647,5)	(3 644,3)
RESULTAT OPERATIONNEL D'ACTIVITE	137,1	142,5	415,4
Intéressement et participation	(15,5)	(15,7)	(48,2)
RÉSULTAT OPÉRATIONNEL COURANT	121,6	126,8	367,2
Autres produits et charges d'exploitation	(4,1)	(0,2)	0,4
RÉSULTAT D'EXPLOITATION	117,5	126,6	367,6
Coût de l'endettement financier	(15,5)	(13,8)	(29,3)
Autres produits et charges financiers	(9,9)	(0,3)	(33,4)
Résultat des entreprises associées	-	-	-
RÉSULTAT AVANT IMPÔT	92,1	112,5	304,9
Impôt sur les résultats	(27,1)	(31,5)	(94,2)
RÉSULTAT NET	65,0	81,0	210,7
Part des minoritaires	(12,9)	(7,2)	(16,5)
RÉSULTAT NET REVENANT À SEB S.A.	52,1	73,8	194,2
RÉSULTAT NET REVENANT À SEB S.A. PAR ACTION <i>(en unités)</i>			
Résultat net de base par action	1,08	1,55	4,07
Résultat net dilué par action	1,07	1,52	4,01

*après déconsolidation de Maharaja Whiteline et application rétrospective d'IAS 19R

BILAN CONSOLIDE

Exercice clos le 31 décembre

ACTIF <i>(en millions d'€)</i>	30/06/2013	30/06/2012*	31/12/2012
Goodwill	467,3	476,1	461,7
Autres immobilisations incorporelles	432,3	446,8	434,0
Immobilisations corporelles	496,7	493,0	491,0
Participations dans les entreprises associées	-	-	-
Autres participations	38,6	62,4	38,0
Autres actifs financiers non courants	10,9	9,9	9,1
Impôts différés	72,2	69,1	47,9
Autres actifs non courants	5,4	6,8	9,0
Instruments dérivés actifs non courants	-	-	-
ACTIFS NON COURANTS	1 523,4	1 564,1	1 490,8
Stocks et en-cours	780,4	723,2	681,0
Clients	533,4	600,1	835,8
Autres créances courantes	114,6	73,2	83,8
Impôt courant	21,7	16,5	41,0
Instruments dérivés actifs courants	17,9	5,5	14,9
Trésorerie et équivalents de trésorerie	416,0	169,9	398,7
ACTIFS COURANTS	1 884,0	1 588,5	2 055,1
TOTAL ACTIF	3 407,4	3 152,6	3 545,9
PASSIF <i>(en millions d'€)</i>			
	30/06/2013	30/06/2012*	31/12/2012
Capital	50,2	50,0	50,2
Réserves consolidées	1 348,1	1 291,7	1 372,7
Actions propres	(83,6)	(102,6)	(91,1)
Capitaux propres Groupe	1 314,7	1 239,1	1 331,8
Intérêts minoritaires	139,8	126,5	130,3
CAPITAUX PROPRES DE L'ENSEMBLE CONSOLIDÉ	1 454,5	1 365,6	1 462,1
Impôts différés	77,9	80,0	82,0
Provisions non courantes	184,5	163,3	179,7
Dettes financières non courantes	649,5	533,8	653,6
Autres passifs non courants	33,4	29,8	30,8
Instruments dérivés passifs non courants	-	0,4	-
PASSIFS NON COURANTS	945,3	807,3	946,1
Provisions courantes	42,4	51,6	50,6
Fournisseurs	445,1	395,6	508,0
Autres passifs courants	201,1	196,2	239,7
Impôt exigible	25,4	42,9	31,4
Instruments dérivés passifs courants	8,8	7,3	9,5
Dettes financières courantes	284,8	286,2	298,6
PASSIFS COURANTS	1 007,6	979,6	1 137,7
TOTAL PASSIF	3 407,4	3 152,6	3 545,9

*après déconsolidation de Maharaja Whiteline et application rétrospective d'IAS 19R

GRUPE SEB ■

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 par Actions Simplifiée au capital de 806 400 € | 016 950 842 R.C.S Lyon | T.V.A FR 94016950842