

Un 1^{er} semestre en ligne avec le plan de marche 2014 Des performances pénalisées par les devises, comme anticipé

- Ventes semestrielles en croissance organique de 4,7 %
- Résultat Opérationnel d'Activité de 138 M€ à devises constantes et de 91 M€ à devises courantes
- Une solide génération de trésorerie d'exploitation, à 91 M€

Résultats consolidés en M€	1 ^{er} semestre 2013	1 ^{er} semestre 2014	Variation 2014/2013
Ventes	1 835	1 827	-0,5 %
<i>A tpc*</i>		1 921	+4,7 %
Résultat Opérationnel d'Activité	137	91	-33,4 %
<i>A tpc*</i>		138	+0,7 %
Résultat d'exploitation	117	73	-37,0 %
Résultat net part du Groupe	52	25	-52,0 %
Endettement financier net (au 30 juin)	516	532	+116 M€

*taux de change et périmètre constants

Chiffres arrondis en M€

% calculés sur chiffres
non arrondis

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

« Le Groupe SEB réalise au 1^{er} semestre des performances en ligne avec ses attentes : une croissance organique soutenue des ventes, portée par l'innovation et l'expansion internationale, et un Résultat Opérationnel d'Activité stable à taux de change et périmètre constants mais en recul significatif à parités courantes. En effet, comme anticipé, la dépréciation importante de nombreuses devises face à l'euro a fortement pénalisé les résultats du Groupe.

L'activité du Groupe a été partagée entre des marchés plutôt meilleurs qu'attendu, notamment en Europe et en Chine et une conjoncture beaucoup plus difficile que prévu en Russie et au Japon.

La forte dégradation du Résultat net n'est pas significative au regard du faible poids du 1^{er} semestre dans les performances annuelles et ne saurait être extrapolée sur l'année pleine.

Ces résultats sont conformes à notre plan de marche et aux perspectives que nous avons données à l'issue du 1^{er} trimestre. Dans un environnement compliqué, nous avons intensifié nos actions d'amélioration opérationnelle tout en assurant un contrôle strict des coûts. Nous maintenons dans le même temps nos investissements dans les familles de produits et dans les pays qui constituent nos relais de croissance pour le futur.

Nous anticipons pour les mois à venir un contexte un peu plus favorable au Groupe en Russie et au Japon, ainsi qu'une accélération de la croissance en France et aux Etats-Unis. Nous pourrions une fois encore nous appuyer sur la poursuite de la forte dynamique d'innovation qui a marqué le 1^{er} semestre. Nous devrions par ailleurs bénéficier de parités monétaires légèrement moins pénalisantes. La marge de manœuvre qui en résultera nous permettra de soutenir davantage notre activité dans les marchés les plus difficiles. Dans ces circonstances, je suis confiant dans la capacité du Groupe à assurer en 2014 une croissance organique soutenue de ses ventes et une amélioration significative, supérieure à celle de 2013, de son Résultat Opérationnel d'Activité à parités constantes. »

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

Commentaires sur les ventes

Des ventes semestrielles de 1 827 M€, en repli de 0,5% mais en croissance organique de 4,7 %

Le 1^{er} semestre a été marqué par un environnement général toujours tendu et incertain, et des situations de marchés très hétérogènes, un contexte fortement concurrentiel et promotionnel ainsi que par la poursuite de déstockages dans la distribution.

Dans ce climat, l'activité du Groupe au 1^{er} semestre s'est bien tenue et la croissance organique des ventes s'est établie à 4,7 %. Après un solide début d'année, le 2^e trimestre est resté bien orienté avec toutefois une croissance organique plus modérée, s'établissant à +3,2%. L'effet des parités sur le chiffre d'affaires des 6 premiers mois s'est élevé à -107 M€ (contre -10 M€ au 1^{er} semestre 2013), reflétant la dépréciation de nombreuses devises face à l'euro sur la période. Parmi les devises les plus pénalisantes figurent le yen, le real, le rouble, le yuan et la livre turque. Les ventes publiées intègrent également un effet périmètre de +13 M€ lié à la consolidation de Maharaja Whiteline et à l'intégration de la société canadienne Coranco -acquise en décembre 2013- depuis le 1^{er} janvier.

Globalement en croissance organique soutenue, l'activité a cependant été contrastée selon les catégories de produits –les ventilateurs, aspirateurs, appareils de cuisson électrique, le repassage et les articles culinaires étant les principaux moteurs de croissance– et les zones géographiques.

Détail de l'activité par zone géographique

Ventes (en M€)	1 ^{er} semestre 2013	1 ^{er} semestre 2014	Variation 2014/2013	
			Parités courantes	Périmètre et parités constants
France	262	266	+ 1,4 %	+ 1,4 %
Autres U.E. occidentale	338	363	+ 7,4 %	+ 7,0 %
Amérique du Nord	197	193	- 2,5 %	+ 1,3 %
Amérique du Sud	194	173	- 10,7 %	+ 4,6 %
Asie Pacifique	522	540	+ 3,5 %	+ 11,1 %
Europe Centrale, Russie et autres pays	322	292	- 9,3 %	- 3,4 %
TOTAL	1 835	1 827	- 0,5 %	+ 4,7 %

Chiffres arrondis en M€

% calculés sur chiffres
non arrondis

Ventes (en M€)	2 ^e trimestre 2013	2 ^e trimestre 2014	Variation 2014/2013	
			Parités courantes	Périmètre et parités constants
France	136	137	+ 0,4 %	+ 0,4 %
Autres U.E. occidentale	177	180	+ 1,6 %	+ 1,3 %
Amérique du Nord	102	99	- 2,7 %	+ 2,5 %
Amérique du Sud	97	92	- 5,6 %	+ 6,2 %
Asie Pacifique	239	236	- 0,8 %	+ 9,3 %
Europe Centrale, Russie et autres pays	153	141	- 7,9 %	- 3,0 %
TOTAL	904	885	- 2,1 %	+ 3,2 %

Chiffres arrondis en M€

% calculés sur chiffres
non arrondis

FRANCE : 4^e trimestre consécutif de croissance des ventes

Dans un marché plutôt bien orienté mais fortement concurrentiel, le Groupe SEB a confirmé au 1^{er} semestre le retour à la croissance qu'il avait entamée au second semestre 2013. La progression des ventes, légère, s'explique par une activité qui est restée difficile en articles culinaires –du fait d'un programme de fidélité concurrent et de la baisse du marché des autocuiseurs– mais qui a été tonique en petit électroménager. Sur ce segment, le Groupe a significativement surperformé le marché et a ainsi renforcé ses positions. Parmi les produits champions du semestre figurent le robot cuiseur Cuisine Companion, moteur pour la catégorie des préparateurs culinaires, les générateurs vapeur, dynamisés par les nouveaux modèles, le multicuiseur Cookeo, la machine à bière pression BeerTender, portée par l'effet de la coupe du monde de football, et les cafetières à dosettes Dolce Gusto et Nespresso, qui ont réalisé des ventes en forte croissance.

AUTRES PAYS DE L'EUROPE OCCIDENTALE : un très bon 1^{er} semestre

En Europe Occidentale, le marché a été globalement en croissance au 1^{er} semestre, avec un certain ralentissement toutefois en fin de période. A l'instar de 2013, il est resté contrasté selon les familles de produits et les pays. Dans ce contexte, le Groupe SEB a réalisé sur les 6 premiers mois une belle progression de son chiffre d'affaires, avec le maintien d'une croissance, certes légère, au 2^e trimestre, sur la base d'un historique 2013 élevé.

Les ventes ont été particulièrement vigoureuses en Allemagne, bénéficiant d'une bonne tenue du cœur de l'activité (repassage, aspirateurs, machines à café Nespresso et expresso automatiques) et de la prolongation d'une opération de fidélisation en articles culinaires engagée au 4^e trimestre 2013. Nous avons réalisé un 1^{er} semestre très tonique en Belgique et gardé une dynamique ferme au Royaume-Uni grâce aux produits champions qui alimentent la croissance depuis près de 3 ans et grâce au succès d'Optigrill. En Italie, dans un marché atone, le Groupe a poursuivi ses avancées et conforté ses parts de marché en petit électroménager. Enfin, en Espagne, l'activité est restée soutenue malgré une base de comparaison très forte au 2^e trimestre 2013 (opération de fidélisation Dolce Gusto), permettant un renforcement de nos positions dans plusieurs familles de produits clés.

AMERIQUE DU NORD : légère amélioration de l'activité au 2^e trimestre

En ALENA, les ventes semestrielles du Groupe sont en retrait à parités courantes, pénalisées par la dépréciation des devises face à l'euro, mais en légère croissance à taux de change constants. Aux Etats-Unis, après un 1^{er} trimestre marqué par de fortes intempéries ayant impacté la consommation et entraîné le maintien d'un niveau de stocks élevé dans la distribution, le marché et notre activité sont restés contrastés selon les catégories. En articles culinaires, les ventes se sont inscrites en repli en entrée et en cœur de gamme, sur la base d'historiques élevés. Elles ont a contrario fortement progressé sur le segment « hispanique » adressé par Imusa ainsi qu'en haut de gamme avec le succès des nouvelles gammes d'All-Clad, co-brandées avec le label du chef Thomas Keller. En petit électroménager, l'activité a été plus tendue en repassage dans un contexte de concurrence avivée, alors que les ventes d'Optigrill ont connu un essor très rapide.

Au Canada, malgré les hausses de prix passées pour contrer l'affaiblissement du dollar canadien, la bonne dynamique s'est poursuivie. Au Mexique, les ventes sont en léger retrait à fin juin, mais après un 2^e trimestre en progression solide à parité constante.

AMERIQUE DU SUD : croissance organique ferme

A fin juin, la baisse importante des ventes en Amérique du Sud est à mettre au compte de la dépréciation des principales devises de fonctionnement du Groupe sur le continent (real et peso colombien notamment) par rapport à l'euro. Le chiffre d'affaires progresse en revanche fermement à taux de change constants, reflétant une activité bien orientée. Au Brésil, le contexte monétaire a conduit le Groupe à passer des augmentations de prix pour compenser en particulier le renchérissement des achats de production. Après des négociations difficiles avec les clients, qui ont pénalisé l'activité du 1^{er} trimestre, les ventes se sont redressées au 2^e trimestre. La croissance a été portée par la préparation des aliments, le repassage, Dolce Gusto, ainsi que par un rebond marqué en articles culinaires. En Colombie, le Groupe doit la croissance organique de ses ventes semestrielles aux ventilateurs, alors que la non récurrence d'opérations promotionnelles réalisées en 2013 a pénalisé les catégories Préparation des aliments et Articles culinaires.

ASIE PACIFIQUE : une dynamique solide hors Japon

Au-delà des parités qui affectent l'évolution des ventes en euros, la croissance organique solide reflète une activité bien orientée sur la zone hors Japon. Dans ce pays, où le Groupe fait face à un enjeu devise majeur, notre chiffre d'affaires est en recul très marqué sous les effets cumulés d'une consommation sous pression, de déstockages importants dans la distribution, des hausses de prix passées pour compenser partiellement l'impact de la faiblesse du yen sur la rentabilité de la filiale japonaise et de l'augmentation de la TVA au 1^{er} avril dernier... La conjugaison de ces facteurs défavorables a entraîné au 1^{er} semestre une dégradation de notre activité supérieure à nos anticipations, malgré la mise en œuvre d'actions de redressement locales fortes.

La vitalité des ventes en Asie-Pacifique est portée largement par la très forte dynamique en Chine, qui est au 1^{er} semestre 2014 le 1^{er} pays du Groupe en valeur. Supor a en effet réalisé une excellente performance sur son marché domestique, tant en articles culinaires qu'en petit électroménager (cuisers à riz, autocuisers électriques, plaques à induction mobiles,...) avec de nouveaux gains, significatifs, de parts de marché. Ces derniers sont alimentés par l'innovation, la poursuite du déploiement de Supor dans les villes de rang 3 et 4 ainsi que par l'essor rapide des ventes en ligne. Par ailleurs, en Corée du Sud, Malaisie et

Thaïlande, l'activité du Groupe a été en forte progression à parités constantes et la Thaïlande est entrée dans le palmarès des 20 premiers pays en chiffre d'affaires malgré les récents événements politiques.

EUROPE CENTRALE, RUSSIE ET AUTRES PAYS : des performances pénalisées par la Russie

A l'instar du 1^{er} trimestre, c'est la seule zone affichant une baisse des ventes à parités constantes. De fait, la dépréciation du rouble, de la livre turque et de la hryvnia ukrainienne, notamment, face à l'euro constitue un enjeu de compétitivité important et impacte négativement l'activité. S'y est ajoutée la crise ukrainienne, avec des conséquences évidentes sur le climat général et la consommation dans les pays concernés. Le Groupe a donc évolué dans un environnement tendu. En Russie, dans un contexte de ralentissement marqué de la demande et de multiplications des promotions, la pression concurrentielle s'est exacerbée, avec en particulier l'émergence d'acteurs « locaux » très agressifs commercialement. Dans ces circonstances, nos ventes semestrielles ont reculé au-delà de nos prévisions. En Pologne, l'activité s'est améliorée au 2^e trimestre mais reste néanmoins en léger retrait à devises constantes à fin juin du fait de la non-réurrence d'un programme de fidélisation. En Turquie, après deux années difficiles et des hausses de prix répétées, le Groupe a renoué avec la croissance organique, grâce notamment à une forte dynamique en repassage, aspirateurs et préparateurs culinaires, soutenue par des moyens moteurs. Le développement se poursuit au Moyen-Orient et les ventes progressent vite en Egypte. Enfin, en Inde, la relance forte de Maharaja Whiteline se traduit par une progression solide du chiffre d'affaires de la société.

RESULTAT OPERATIONNEL D'ACTIVITE

A fin juin 2014, le Résultat Opérationnel d'Activité (ROPA) s'établit à 91 M€, en ligne avec nos anticipations. Il inclut un effet devises négatif de 45 M€, qui reflète principalement la dépréciation du yen, du rouble, du real et du yuan face à l'euro, ainsi qu'un effet périmètre de -2 M€. A périmètre et taux de change constants, le ROPA du 1^{er} semestre s'élève à 138 M€, stable par rapport aux 137 M€ du 1^{er} semestre 2013.

Il est rappelé que le ROPA du 1^{er} semestre n'est pas représentatif de l'année pleine et ne saurait être extrapolé.

Les facteurs de l'évolution du Résultat Opérationnel d'Activité du 1^{er} semestre sont les suivants :

- L'effet volume est positif de 28 M€, sous l'impact favorable de la croissance organique des ventes ;
- L'effet prix-mix, est très légèrement positif (1 M€) et composé d'éléments hétérogènes : augmentations de prix dans certains pays, offensives promotionnelles par ailleurs, mix-produit et pays...
- Les coûts industriels (Achats, prix de revient) s'améliorent de 3 M€ : cette évolution inclut l'impact des actions de productivité industrielle et d'amélioration des prix d'achat, partiellement compensé sur le semestre par de la sous-absorption industrielle ;
- Les moyens moteurs ont été renforcés de 19 M€
- Les frais commerciaux et administratifs augmentent de 12 M€ dont la moitié liée au renforcement de nos structures commerciales.

RESULTAT D'EXPLOITATION ET RESULTAT NET

Le Résultat d'Exploitation du 1^{er} semestre s'élève à 73 M€. Le recul marqué par rapport aux 117 M€ du 1^{er} semestre 2013 est directement lié à celui du ROPA.

Le Résultat financier est de -21 M€. L'amélioration par rapport aux -25 M€ affichés à fin juin 2013 provient à la fois des frais financiers et de résultats de change moins pénalisants qu'au 1^{er} semestre 2013.

Dans ces conditions, le Résultat net s'établit à 25 M€, et sa diminution de 27 M€ s'explique intégralement par la baisse du Résultat Opérationnel d'Activité. On soulignera que la charge d'impôt se réduit fortement du fait d'une assiette plus faible et que la stabilité des intérêts minoritaires reflète l'impact de la dépréciation du yuan sur les minoritaires de Supor.

STRUCTURE FINANCIERE

Au 30 juin 2014, les capitaux propres du Groupe s'élèvent à 1 464 M€.

La dette nette à fin juin 2014 est de 532 M€, en hausse de 116 M€ par rapport au 31 décembre 2013. Le Groupe a généré au 1^{er} semestre une solide trésorerie d'exploitation, de 91 M€. La dette nette à fin juin s'entend après paiement du dividende (-78 M€), investissement dans le nouveau siège social à Ecully (Rhône) pour un montant de 70 M€, acquisition des minoritaires de Maharaja Whiteline et rachats d'actions propres.

Au 30 juin 2014, le ratio dette / fonds propres est de 36% et le ratio dette / EBITDA est de 1,22. La structure financière du Groupe reste donc saine et solide, avec une architecture de financement diversifiée.

PERSPECTIVES

Dans un environnement macro-économique qui restera incertain et volatil, nos anticipations pour la fin de l'année sont néanmoins un peu plus positives.

Au plan géographique, nous sommes raisonnablement optimistes sur la conjoncture au second semestre en Europe ainsi qu'en Amérique du Nord et confiants dans le maintien d'une dynamique solide en Asie hors Japon, toujours portée par la Chine. Nous sommes en revanche prudents sur l'évolution de l'économie et de la consommation au Brésil. En Russie et au Japon, après un 1^{er} semestre extrêmement difficile, nous anticipons un contexte légèrement plus favorable.

Le moteur de l'innovation, qui a déjà porté la croissance organique de nos ventes au 1^{er} semestre, continuera à jouer son rôle de catalyseur, en particulier à partir de l'automne. Nous poursuivons en parallèle la mise en œuvre et le déploiement de notre plan d'amélioration opérationnelle, qui a délivré un certain nombre de résultats tangibles dès le 1^{er} semestre.

Les dernières semaines ont apporté une légère détente sur le front des devises qui devrait atténuer l'effet très pénalisant des parités sur les performances du Groupe au second semestre. La marge de manœuvre qui résultera de cette amélioration nous permettra de soutenir davantage notre activité dans les marchés les plus difficiles.

Dans ces circonstances, le Groupe vise à assurer en 2014 une croissance organique soutenue de ses ventes et une amélioration significative, supérieure à celle de 2013, de son Résultat Opérationnel d'Activité à parités constantes.

Investisseurs / Analystes

Groupe SEB
Direction de la Communication Financière
et des Relations Investisseurs
Isabelle Posth
Emmanuel FOURRET
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

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.

Prochains événements

Réunion Actionnaires à Dijon : 22 septembre 2014 – Palais des Congrès, 18h00

Réunion Actionnaires à Annecy : 25 septembre 2014 – L'Impérial Palace, 18h00

Ventes des 9 mois : 23 octobre 2014 – 17h40

Retrouvez l'audiocast sur www.groupeseb.com ou cliquez [ici](#)

Le Rapport Financier Semestriel sera disponible sur notre site internet le mardi 29 juillet 2014.

COMPTE DE RESULTAT CONSOLIDE

(en millions d'€)	30/06/2014 6 mois	30/06/2013 6 mois	31/12/2013 12 mois
Produits des activités ordinaires	1 826,7	1 835,2	4 161,3
Frais opérationnels	(1 735,4)	(1 698,1)	(3 750,9)
RESULTAT OPERATIONNEL D'ACTIVITE	91,3	137,1	410,4
Intéressement et participation	(10,3)	(15,5)	(37,2)
RÉSULTAT OPÉRATIONNEL COURANT	81,0	121,6	373,2
Autres produits et charges d'exploitation	(7,4)	(4,1)	(9,5)
RÉSULTAT D'EXPLOITATION	73,6	117,5	363,8
Coût de l'endettement financier	(14,3)	(15,5)	(31,0)
Autres produits et charges financiers	(7,4)	(9,9)	(23,9)
Résultat des entreprises associées	-	-	-
RÉSULTAT AVANT IMPÔT	51,9	92,1	308,9
Impôt sur les résultats	(14,6)	(27,1)	(87,2)
RÉSULTAT NET	37,3	65,0	221,7
Part des minoritaires	(12,3)	(12,9)	(22,0)
RÉSULTAT NET REVENANT À SEB S.A.	25,0	52,1	199,8
Résultat net de base par action	0,49	1,08	4,13
Résultat net dilué par action	0,48	1,07	4,08

BILAN CONSOLIDE

Exercice clos le 31 décembre

ACTIF <i>(en millions d'€)</i>	30/06/2014	30/06/2013	31/12/2013
Goodwill	466,4	467,3	448,2
Autres immobilisations incorporelles	443,5	432,3	411,8
Immobilisations corporelles	560,7	496,7	485,9
Participations dans les entreprises associées	-	-	-
Autres participations	14,6	38,6	57,4
Autres actifs financiers non courants	13,4	10,9	9,5
Impôts différés	55,2	72,2	52,0
Autres actifs non courants	5,2	5,4	6,0
Instruments dérivés actifs non courants	0,0	-	-
ACTIFS NON COURANTS	1 559,0	1 523,4	1 470,8
Stocks et en-cours	794,9	780,4	731,1
Clients	540,9	533,4	740,2
Autres créances courantes	134,6	114,6	116,7
Impôt courant	25,3	21,7	33,3
Instruments dérivés actifs courants	5,1	17,9	2,8
Trésorerie et équivalents de trésorerie	342,9	416,0	426,3
ACTIFS COURANTS	1 843,7	1 884,0	2 050,4
TOTAL ACTIF	3 402,7	3 407,4	3 521,2
PASSIF <i>(en millions d'€)</i>	30/06/2014	30/06/2013	31/12/2013
Capital	50,2	50,2	50,2
Réserves consolidées	1 353,8	1 348,1	1 414,2
Actions propres	(85,9)	(83,6)	(74,7)
Capitaux propres Groupe	1 318,1	1 314,7	1 389,7
Intérêts minoritaires	145,5	139,8	142,6
CAPITAUX PROPRES DE L'ENSEMBLE CONSOLIDÉ	1 463,6	1 454,5	1 532,3
Impôts différés	61,5	77,9	71,3
Provisions non courantes	191,5	184,5	180,9
Dettes financières non courantes	628,4	649,5	627,0
Autres passifs non courants	36,9	33,4	33,3
Instruments dérivés passifs non courants	0,0	-	-
PASSIFS NON COURANTS	918,3	945,3	912,5
Provisions courantes	45,9	42,4	45,6
Fournisseurs	490,1	445,1	524,8
Autres passifs courants	206,9	201,1	251,3
Impôt exigible	24,2	25,4	26,6
Instruments dérivés passifs courants	7,3	8,8	13,5
Dettes financières courantes	246,4	284,8	214,6
PASSIFS COURANTS	1 020,8	1 007,6	1 076,4
TOTAL PASSIF	3 402,7	3 407,4	3 521,2

GROUPE 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