

LEADER MONDIAL DU PETIT ÉQUIPEMENT DOMESTIQUE

23 avril 2015

Ventes et informations financières du 1^{er} trimestre 2015

1

Groupe SEB : Un excellent début d'année

- Ventes : 1 089 M€, + 15,8 % et + 9,4 % en organique
- Résultat Opérationnel d'Activité : 92 M€, + 84 % et x 2,1 en organique
- Dette financière nette : 357 M€, -96 M€ par rapport à fin 2014

Commentaires sur les ventes

Dans un environnement général toujours marqué par des situations fortement contrastées selon les zones géographiques et par une grande volatilité des devises, le marché du petit équipement domestique est resté plutôt bien orienté. Dans ce contexte, le Groupe a réalisé au 1^{er} trimestre d'excellentes performances. Il est à noter cependant que, conjuguées, la faiblesse persistante de certaines devises face à l'euro (rouble, hryvnia ukrainienne, real...) et l'appréciation du dollar et du yuan, principales devises d'achat du Groupe ont eu des effets opposés sur les ventes (positifs) et sur le Résultat Opérationnel d'Activité (négatifs).

A 1 089 M€, les ventes sont en progression très vigoureuse (+ 15,8 %), dynamisées par un effet devises positif de 60 M€. La croissance organique s'établit à + 9,4 %, alimentée par la quasi-totalité des régions.

Le Résultat Opérationnel d'Activité s'élève à 92 M€, très supérieur aux 50 M€* réalisés au 1^{er} trimestre 2014, et il s'entend après un impact négatif des devises de 15 M€. A parités constantes, il atteint donc 107 M€.

A fin mars, la dette financière s'établit à 357 M€, en baisse de 96 M€ par rapport à fin 2014, reflétant une bonne génération de trésorerie sur la période.

* ROPA publié, 1^{er} trimestre 2014, avant impact négatif du retraitement d'IFRIC 21 (-2,5 M€)

LEADER MONDIAL DU PETIT ÉQUIPEMENT DOMESTIQUE

Détail de l'activité par zone géographique

Ventes en M€	1 ^{er} trimestre 2014	1 ^{er} trimestre 2015	Variations 2015/2014	
			Parités courantes	Tcpc*
 France	129	144	+ 12,0 %	+ 11,9 %
 Autres pays de l'Europe occidentale	183	187	+ 2,5 %	+ 0,7 %
 Amérique du Nord	93	117	+ 25,1 %	+ 6,4 %
 Amérique du Sud	82	83	+ 1,2 %	- 0,1 %
 Asie Pacifique	304	407	+ 34,1 %	+ 15,1 %
 Europe Centrale, Russie et autres pays	150	151	+ 0,4 %	+ 13,4 %
TOTAL	941	1 089	+ 15,8 %	+ 9,4 %

2

*Tcpc : taux de change et périmètre constants

Chiffres arrondis en M€

% calculés sur chiffres non arrondis

LEADER MONDIAL DU PETIT ÉQUIPEMENT DOMESTIQUE

Ventes par zone géographique



FRANCE : CROISSANCE RECORD

Dans un marché dynamique tiré par plusieurs familles de produits (cuisson électrique, aspirateurs, préparation des aliments, confort domestique), le Groupe signe une croissance record en réalisant une progression de 12 % de ses ventes sur le trimestre. Les moteurs de cette progression vigoureuse sont multiples. En petit électroménager, nos innovations récentes en électrique culinaire, la préparation du café ou encore l'entretien des sols voient leur succès commercial se poursuivre aussi bien dans la grande distribution alimentaire que chez les spécialistes ou sur internet. L'activité est en revanche plus tendue en soin du linge et de la personne. En articles culinaires, dans un marché en reprise, l'amélioration sensible de nos ventes s'est appuyée à la fois sur une Chandeleur commercialement réussie et sur plusieurs programmes de fidélisation qui se sont enchaînés avec des enseignes de la grande distribution. Dans les deux segments, le Groupe a largement surperformé le marché, confortant sensiblement ses positions.

3



AUTRES PAYS DE L'EUROPE OCCIDENTALE : ACTIVITE TOUJOURS BIEN ORIENTEE

En Europe occidentale, dans un marché plutôt bien orienté, le Groupe a su, malgré un historique 2013 et 2014 exigeant, maintenir au 1^{er} trimestre une dynamique positive et renforcer ses positions dans la plupart des marchés. La croissance organique légère du chiffre d'affaires de la zone s'explique principalement par une baisse marquée en Allemagne, privée en ce début d'année de l'important programme de fidélisation qui avait dynamisé les ventes en 2014. Hors cette opération, notre activité dans ce pays est en progression solide grâce en particulier aux aspirateurs, cafetières expresso automatiques et à Optigrill. Dans tous ses autres grands marchés, le Groupe réalise de très belles performances. C'est notamment le cas en Espagne, où la très forte dynamique couvre un large éventail de produits électriques (aspirateurs, repassage, friteuses, café portionné...), soutenus par des campagnes dédiées, ainsi qu'un programme promotionnel en articles culinaires. En Italie, la croissance très vigoureuse est portée par la quasi-totalité des catégories ainsi que par une opération exceptionnelle sur Cuisine Companion. Enfin, au Royaume-Uni, l'excellente vitalité des ventes enregistrée trimestre après trimestre depuis plus de 2 ans, s'est confirmée et est tirée en ce début d'année par le repassage, le café et la cuisson électrique (Optigrill et Actifry).



AMERIQUE DU NORD : POURSUITE D'UNE BONNE DYNAMIQUE

Dans un contexte d'appréciation du dollar par rapport à l'euro, le chiffre d'affaires réalisé en Amérique du Nord progresse de 25,1 %, incluant une solide croissance organique, de 6,4 %. Celle-ci repose essentiellement sur un développement soutenu des ventes aux Etats-Unis, où ce sont les articles culinaires qui ont porté la croissance : T-Fal a réalisé un excellent trimestre, accélérant sa dynamique de l'année passée, tant dans la distribution physique qu'en ligne, et gagnant des parts de marché. Imusa a bénéficié d'un enrichissement de son offre produits « ethniques » et All-Clad a fermement défendu ses positions sur le segment premium. En produits électriques, les ventes se sont bien maintenues en repassage mais ont été un peu plus tendues en cuisson électrique.

LEADER MONDIAL DU PETIT ÉQUIPEMENT DOMESTIQUE

Au Canada, malgré le contexte monétaire qui nous a conduits à augmenter nos prix, l'activité a marqué un rebond après une fin d'année 2014 plus difficile. Au Mexique, les ventes sont en retrait du fait de la non-reconduction d'un programme de fidélisation mais l'activité récurrente marque une progression solide, notamment en fers et en café filtre.



AMERIQUE DU SUD : RALENTISSEMENT DE LA CROISSANCE

4

Sur ce continent encore fortement affecté par des variations de devises significatives (real, peso argentin...), les ventes du Groupe sont globalement stables au 1^{er} trimestre.

Au Brésil, l'environnement général compliqué et le ralentissement économique avéré constituent un terrain peu propice à la poursuite de notre dynamique des deux dernières années. Les hausses de prix passées en réponse à l'affaiblissement continu du real ont en outre perturbé notre activité commerciale. Dans cette conjoncture tendue, nos performances ont été contrastées : croissance en articles culinaires alimentée par un pipeline de produits étoffé et bien accueilli, dans un contexte d'augmentations généralisées de prix par la majorité des acteurs sur le marché ; activité plus difficile en petit électroménager en raison d'une « saison » ventilateurs moins bonne que l'an dernier et malgré des progressions solides en fers, préparateurs culinaires ou cafetières Dolce Gusto.

En Colombie, la croissance soutenue des ventes est à mettre au compte des produits électriques, où la quasi-totalité des catégories progresse, tandis que l'activité en articles culinaires est pénalisée par la non-réurrence d'une opération promotionnelle spécifique menée au 1^{er} trimestre 2014.



ASIE-PACIFIQUE : UN TRES BON TRIMESTRE

Le Groupe affiche sur la zone une croissance vigoureuse, aussi bien en euros qu'à parités constantes. Cette robustesse est essentiellement due aux bonnes performances de nos trois grands marchés d'Asie-Pacifique, la Chine, le Japon et la Corée du Sud. En Chine, Supor a poursuivi son essor rapide fondé sur une offre produits sans cesse enrichie, sur un développement territorial continu et sur une forte poussée des ventes en ligne. Le chiffre d'affaires enregistre ainsi une nouvelle progression à deux chiffres, portée aussi bien par les articles culinaires que par le petit électroménager. Au Japon, après une année 2014 très difficile, constituant un historique faible, le Groupe réalise au 1^{er} trimestre une croissance à deux chiffres de ses ventes, basée sur un redressement amorcé en bouilloires, en articles culinaires Ingenio et en fers. Les conditions de marché restent toutefois tendues. En Corée du Sud, notre performance a été très satisfaisante, portée par une vitalité commerciale hors norme dans tous les réseaux de distribution ainsi que par l'ouverture de deux nouveaux magasins Home & Cook. L'activité a été a contrario plus contrastée dans les autres pays, très bien orientée au Vietnam et positive en Australie, mais en léger repli en Thaïlande.

LEADER MONDIAL DU PETIT ÉQUIPEMENT DOMESTIQUE



EUROPE CENTRALE, RUSSIE, AUTRES PAYS : RETOUR EN TERRITOIRE POSITIF

Dans cette zone hétérogène qui reste sévèrement impactée par les problématiques socio-politiques, le ralentissement marqué de la consommation dans certains pays et les fluctuations massives des devises (rouble et hryvnia notamment), le Groupe a continué à redresser la situation. En Russie, dans un marché toujours en fort recul et très promotionnel, nos ventes sont en croissance malgré les nouvelles augmentations tarifaires, significatives, passées en janvier. De fait, la progression provient surtout de deux programmes de fidélisation avec deux grands clients distributeurs ainsi que d'une activation marketing énergique en magasins. Si ce rebond s'est concrétisé par une reprise de parts de marché pour le Groupe, le contexte général très incertain continue à inciter à la prudence quant aux prochains mois. En Ukraine, en dépit d'indicateurs peu favorables à la consommation et d'une inflation importante, la forte dynamique de fin 2014 a été maintenue. Dans un contexte plus porteur, il en est de même pour l'Europe centrale, où nous avons réalisé un excellent 1^{er} trimestre, tous marchés confondus. En Turquie, la croissance s'est poursuivie à un rythme soutenu, portée par le repassage, les aspirateurs et la cuisson électrique. Le Groupe a ainsi renforcé ses positions sur le marché. Enfin, les ventes ont été très satisfaisantes en Egypte et en Inde.

5

Evolution du Résultat Opérationnel d'Activité

Le Résultat Opérationnel d'Activité (ROPA) du 1^{er} trimestre 2015 s'établit à 92 M€, en progression de 84 % par rapport aux 50 M€* réalisés à fin mars 2014. Il s'entend après un effet devises négatif de 15 M€, portant le ROPA à devises constantes à 107 M€. Cette très forte amélioration résulte de la croissance organique vigoureuse des ventes, de la poursuite des actions de compétitivité et d'un contrôle strict des coûts. Ces progrès et ces avancées sont à mettre au compte du professionnalisme et de la très grande réactivité des équipes.

Analyse de la dette au 31 mars 2015

A fin mars 2015, la dette financière nette s'élève à 357 M€, contre 453 M€ à fin décembre 2014. La baisse de 96 M€ provient à la fois de la génération de trésorerie d'exploitation et d'effets de change favorables.

Perspectives

On rappellera que traditionnellement, le 1^{er} trimestre n'est pas représentatif de l'ensemble de l'année et ne saurait donc être extrapolé sur les mois à venir.

Les performances de ce 1^{er} trimestre renforcent cependant la confiance du Groupe dans sa capacité à réaliser en 2015 une nouvelle croissance organique soutenue de ses ventes et une progression de son Résultat Opérationnel d'Activité à parités et périmètre constants en accélération par rapport à celle de 2014.

* ROPA publié, 1^{er} trimestre 2014, avant impact négatif du retraitement d'IFRIC 21 (-2,5 M€)

LEADER MONDIAL DU PETIT ÉQUIPEMENT DOMESTIQUE

Retrouvez l'audiocast de la conférence téléphonique sur notre site internet (en anglais seulement) :

www.groupeseb.com ou [cliquez ici](#)

Prochains évènements

12 mai

Assemblée Générale 2015

23 juillet

Ventes et résultats S1 2015

27 octobre

Ventes et infos financières 9 mois 2015

6



Contacts

Investisseurs / Analystes

Groupe SEB

Direction de la Communication Financière
et des Relations Investisseurs
Isabelle Posth et Emmanuel Fourret
Chemin du petit bois - BP 172
69134 Ecully Cedex

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

Presse

Image Sept

Estelle Guillot-Tantay
Caroline Simon
7 rue Copernic
75116 PARIS

Tél. : +33 (0) 1 53 70 74 70
Fax. : +33 (0) 1 53 70 74 50

Et retrouvez nous aussi sur ... 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 25800 collaborateurs dans le monde.

SEB SA

SEB SA - N° RCS 300 349 636 RCS LYON – capital 50 169 049 € TVA intracommunautaire : FR 12300349636