



26 juillet 2023 – 17h45 CET

Ventes et résultats du 1^{er} semestre 2023

1

FORTE REPRISE AU DEUXIÈME TRIMESTRE – RENFORCEMENT DES PERSPECTIVES ANNUELLES

- **Ventes du 1^{er} semestre : 3 612 M€** ; -1,5 % publiés, +1,3 % à tcpc*
 - Ventes du 2^e trimestre : 1 790 M€ ; +2,3 % publiés, +6,8 % à tcpc*
- **Résultat Opérationnel d'Activité (ROPA) du 1^{er} semestre : 180 M€** vs 199 M€ en 2022
 - ROPA du 2^e trimestre : **115 M€** vs 59 M€ au 2^e trimestre 2022 (+56 M€)
- **Dette nette financière au 30 juin 2023 : 2 346 M€** vs 2 447 M€ à fin juin 2022
- **Renforcement des perspectives pour 2023 suite à une reprise au 2^e trimestre meilleure que prévue :**
 - ✓ Croissance des ventes à tcpc d'environ 5 %
 - ✓ Croissance du ROPA d'au moins 10 %

Déclaration de Stanislas de Gramont, Directeur Général du Groupe SEB

« Nous avons réalisé une performance très satisfaisante au 2^e trimestre tant en termes de ventes que de rentabilité.

Notre activité Grand Public renoue avec la croissance organique, alimentée par nos principaux marchés historiques, tels que l'Europe occidentale et la Chine. Cette croissance est le fruit de l'exécution de notre stratégie à long terme fondée sur l'attrait de nos marques, l'innovation produit, l'expansion internationale et l'activation de tous les canaux de distribution.

Notre activité Professionnelle a enregistré des résultats remarquables au 1^{er} semestre, ce qui confirme notre confiance et notre ambition dans cette industrie en plein essor. Nous avons continué à investir dans cette activité à travers plusieurs acquisitions complémentaires afin de renforcer son poids dans le portefeuille du Groupe.

Dans un environnement de marché encore incertain, et dans un contexte de parités monétaires défavorable, le Groupe SEB va continuer à améliorer ses performances sur la deuxième partie de l'année. C'est pourquoi nous renforçons les objectifs annuels du Groupe et visons désormais une croissance organique de nos ventes d'environ 5 % et une augmentation de notre Résultat Opérationnel d'Activité d'au moins 10 % ».

*tcpc = organique : à taux de change et périmètre constants

COMMENTAIRES GÉNÉRAUX SUR LES VENTES DU GROUPE

Le Groupe SEB a réalisé au 1^{er} semestre 2023 des ventes de 3 612 M€, en progression de 1,3 % à tcpc (- 1,5 % en données publiées) par rapport à 2022.

Après un début d'année négatif, avec des ventes en baisse de 3,7 % à tcpc au 1^{er} trimestre, le Groupe a enregistré une solide croissance organique de ses ventes au 2^e trimestre (+ 6,8 % à tcpc), dans un contexte macroéconomique mondial qui est resté difficile. Cette performance positive s'explique par :

- (1) la poursuite de la dynamique très positive du segment Professionnel (+ 21 % à tcpc au 2^e trimestre) qui a bénéficié de tendances favorables sur les principaux marchés du Groupe
- (2) et le retour à une croissance positive des ventes du segment Grand Public (+ 5,2% à tcpc au 2^e trimestre) grâce à une amélioration séquentielle (2^e trimestre vs 1^{er} trimestre) dans tous ses marchés clés et à une base de comparaison plus favorable (après 5 trimestres consécutifs qui présentaient une base de comparaison élevée).

2

La baisse de 1,5 % des ventes publiées du Groupe au 1^{er} semestre (- 54 M€) comprend une croissance organique de 1,3 % (+ 47 M€), un effet de change de - 3,3 % (- 121 M€) provenant principalement du Yuan chinois et de devises émergentes, et un effet périmètre de + 0,5 % (+ 20 M€) lié aux acquisitions de Zummo en juillet 2022 et de La San Marco en février 2023*.

L'activité Grand Public a réalisé des ventes de 3 177 M€, en baisse de 1,0 % à tcpc (- 4,7 % en données publiées) au cours du 1^{er} semestre 2023. Après des ventes au 1^{er} trimestre en baisse de 6,6 % à tcpc, le chiffre d'affaires a enregistré une amélioration significative au 2^e trimestre, en hausse de 5,2 % à tcpc. Cette performance positive a été réalisée dans un environnement de marché difficile, avec une dynamique de marché hétérogène à travers le monde et une inflation élevée qui a eu un impact sur la confiance des consommateurs. Néanmoins, le Groupe a vu son chiffre d'affaires progresser sur plusieurs de ses marchés clés, tels que l'Europe occidentale et la Chine, et a été en mesure de défendre ses positions de leader. Au 1^{er} semestre, les catégories de produits les plus vendues ont été : la gamme de poêles et casseroles Ingenio ainsi que la gamme céramique Renew en articles culinaires ; les bouteilles et mugs isothermes ; les friteuses sans huile, cuiseurs à riz et bouilloires ; le soin du linge (fers à vapeur et défroisseurs) et les ventilateurs.

Les ventes de l'activité Professionnelle se sont établies pour le semestre à 435 M€, en hausse de 25% à tcpc (+ 32 % en données publiées). Après une croissance remarquable au 1^{er} trimestre (+ 29 % à tcpc), le Groupe a confirmé cette performance au 2^e trimestre (+ 21 % à tcpc). Cette forte dynamique a été alimentée par la plupart des marchés, la Chine affichant la plus forte hausse et les marchés historiques clés tels que l'Allemagne ou le Royaume-Uni contribuant fortement à la progression soutenue des ventes. La performance globale du 2^e trimestre repose sur la même dynamique saine qu'au 1^{er} trimestre, basée sur les grands contrats et l'activité courante (ventes de machines et services).

* les acquisitions plus récentes de Pacojet et de Forge Adour seront pleinement consolidées au 2^e semestre 2023

DÉTAIL DE L'ACTIVITÉ PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE

Ventes en M€	1 ^{er} semestre 2022	1 ^{er} semestre 2023	Variation 2023/2022		T2 2023 par rapport à 2022, à tpc*
			Parités courantes	tpc*	
EMEA	1 494	1 489	- 0,3 %	+ 3,1 %	+ 12,8 %
Europe occidentale	1 072	1 029	- 4,0 %	- 3,7 %	+3,3 %
Autres pays	422	460	+ 9,0 %	+ 20,5 %	+ 37,3 %
AMÉRIQUES	515	458	- 11,1 %	- 10,0 %	- 6,6 %
Amérique du Nord	358	315	- 12,1 %	- 14,5 %	- 7,4 %
Amérique du Sud	157	143	- 8,7 %	+ 0,4 %	- 5,1 %
ASIE	1 327	1 231	- 7,3 %	- 2,2 %	+ 2,2 %
Chine	1 054	998	- 5,3 %	+ 0,1 %	+ 5,5 %
Autres pays	273	232	- 15,0 %	- 11,1 %	- 9,4 %
TOTAL Grand Public	3 336	3 177	- 4,7 %	- 1,0 %	+ 5,2 %
Professionnel	330	435	+ 31,7 %	+ 24,8 %	+ 21,0 %
GROUPE SEB	3 666	3 612	- 1,5 %	+ 1,3 %	+ 6,8 %

*tpc : taux de change et périmètre constants

Chiffres arrondis en M€

% calculés sur chiffres non arrondis

COMMENTAIRES ACTIVITÉ GRAND PUBLIC PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE

Ventes en M€	1 ^{er} semestre 2022	1 ^{er} semestre 2023	Variation 2023/2022		T2 2023 par rapport à 2022, à tpc*
			Parités courantes	tpc*	
EMEA	1 494	1 489	- 0,3 %	+ 3,1 %	+ 12,8 %
Europe occidentale	1 072	1 029	- 4,0 %	- 3,7 %	+3,3 %
Autres pays	422	460	+ 9,0 %	+ 20,5 %	+ 37,3 %

EUROPE OCCIDENTALE

En **Europe occidentale**, après un 1^{er} trimestre en recul de 10 %, le Groupe SEB a enregistré une nette amélioration de ses ventes au 2^e trimestre, avec une croissance organique de 3,3 %, sur une base de comparaison plus favorable. Au cours du 1^{er} semestre 2023, les ventes ont diminué de 3,7 % à tpc.

Bien que certains distributeurs aient poursuivi la réduction de leurs stocks dans la région, ce qui a dans une certaine mesure affecté notre chiffre d'affaires, la dynamique des ventes du Groupe en Europe occidentale a été alimentée par des catégories clés telles que la cuisson électrique, le soin du linge et le confort domestique (ventilateurs).

En **France**, le Groupe a augmenté ses ventes de plus de 10 % au 2^e trimestre grâce à la poursuite d'un important programme de fidélisation en articles culinaires, et une exécution commerciale forte dans un marché du petit électroménager qui est resté peu porteur. La catégorie du soin du linge a été dynamique, le Groupe y a conservé sa position de leader incontesté. La cuisson électrique a bénéficié du succès des friteuses sans huile. Le Groupe a réalisé de bonnes performances dans le domaine de l'entretien des sols avec les aspirateurs traîneaux et versatiles.

En **Allemagne**, l'environnement macroéconomique a pesé sur la consommation des ménages et, malgré une amélioration séquentielle, le chiffre d'affaires du Groupe est resté en territoire négatif au 2^e trimestre. Dans ce contexte, la cuisson électrique avec des produits tels qu'Optigrill ou les friteuses sans huile a rencontré un grand succès auprès des consommateurs.

Dans les **autres pays d'Europe occidentale**, à l'instar de la France, les ventes ont retrouvé une dynamique positive au 2^e trimestre grâce à la bonne santé de son activité courante*. C'est notamment le cas en Espagne, en Italie et en Belgique. Aux Pays-Bas et dans les pays nordiques, le lancement de la nouvelle gamme de poêles et casseroles à revêtement céramique du Groupe, *Renew*, a été prometteur. Les ventes au Royaume-Uni sont restées solides tout au long du semestre.

AUTRES PAYS EMEA

Les ventes dans les **autres pays de la zone EMEA** ont augmenté de 21 % à tpc au cours du 1^{er} semestre et de 37 % à tpc au cours du 2^e trimestre. Cette hausse des ventes au 1^{er} semestre a été de 9% en données publiées du fait des fortes dévaluations de la lire turque et de la livre égyptienne.

En **Europe centrale et orientale**, les marchés ont été affectés par un environnement inflationniste élevé, mais ont opéré un redressement au cours du 2^e trimestre. La progression des ventes du Groupe a été tirée par plusieurs catégories à forte croissance telles que la cuisson électrique (Optigrill, Cookeo, friteuses sans huile), l'entretien des sols (en particulier les aspirateurs versatiles) et le soin du linge. Le Groupe continue à bénéficier de ses positions concurrentielles fortes sur bon nombre de ces marchés.

Enfin, la croissance organique des ventes a également été forte en **Turquie** et en **Égypte**, sachant qu'une grande partie de cette croissance est liée à des augmentations de prix mises en place pour compenser la dévaluation des monnaies locales.

*hors programmes de fidélité et partenariats

Ventes en M€	1 ^{er} semestre 2022	1 ^{er} semestre 2023	Variation 2023/2022		T2 2023 par rapport à 2022, à tpc*
			Parités courantes	tcpc*	
AMÉRIQUES	515	458	- 11,1 %	- 10,0 %	- 6,6 %
Amérique du Nord	358	315	- 12,1 %	- 14,5 %	- 7,4 %
Amérique du Sud	157	143	- 8,7 %	+ 0,4 %	- 5,1 %

AMÉRIQUE DU NORD

Les ventes du premier semestre en **Amérique du Nord** ont baissé d'environ 15 % à tpc au 1^{er} semestre et de 12 % en données publiées, principalement sous l'effet favorable de l'appréciation du dollar américain et du peso mexicain. Le déclin des ventes s'est atténué au 2^e trimestre (avec une baisse de seulement 7 % à tpc) grâce à une amélioration séquentielle aux États-Unis et au Mexique, alors que l'activité commerciale est restée difficile au Canada.

La poursuite du déstockage dans la distribution et la faiblesse persistante de la demande ont pesé sur les ventes aux **États-Unis**. Néanmoins, le Groupe a continué à surperformer le marché et a ainsi pu consolider sa position de leader dans le domaine des articles culinaires grâce à ses marques fortes et complémentaires T-Fal, All Clad et Imusa. En soin du linge, le Groupe a maintenu sa stratégie dynamique d'activation avec le lancement d'une nouvelle gamme de défroisseurs multicolores.

Au **Mexique**, le marché a continué de bénéficier d'une demande forte et structurelle pour le petit électroménager et les ventes du Groupe ont à nouveau été robustes tout au long du 1^{er} semestre. Avec des positions de leader dans toutes ses catégories clés, le Groupe est un moteur de cette dynamique positive. Le chiffre d'affaires a connu une croissance à tpc à deux chiffres au 2^e trimestre, grâce à la bonne performance de son activité courante* et à des gains de référencements sur tous les canaux de distribution.

AMÉRIQUE DU SUD

En **Amérique du Sud**, le chiffre d'affaires semestriel du Groupe a augmenté de 0,4 % à tpc mais a baissé de 8,7 % en données publiées, principalement en raison de la faiblesse des pesos colombien et argentin.

L'environnement macroéconomique a été difficile en **Colombie**, avec une inflation et des taux d'intérêt élevés qui ont incité les distributeurs à être prudents dans leurs stratégies de réassorts. En outre, le Groupe a été confronté à une base de comparaison élevée en raison (1) de quelques journées sans TVA qui ont stimulé les ventes au 1^{er} semestre 2022 et (2) d'une croissance record (environ 40 %) au 2^e trimestre 2022. Le chiffre d'affaires du Groupe a donc légèrement baissé au 1^{er} semestre, mais notre *sell-out* a été satisfaisant. Le Groupe a gagné des parts de marché dans de multiples catégories, et est désormais le leader du marché du petit électroménager culinaire, tout en restant le leader historique du marché des articles culinaires.

Au **Brésil**, après un 1^{er} trimestre positif, les ventes ont baissé au 2^e trimestre, notamment en raison de la volonté du Groupe de trouver un juste équilibre entre activité promotionnelle et gestion de la marge dans un environnement hautement concurrentiel. Néanmoins, le Groupe a enregistré une bonne performance dans le segment des ventilateurs haut de gamme et des machines à café portionné (Dolce Gusto).

*hors programmes de fidélité et partenariats

Ventes en M€	1 ^{er} semestre 2022	1 ^{er} semestre 2023	Variation 2023/2022		T2 2023 par rapport à 2022, à tpc*
			Parités courantes	tpc*	
ASIE	1 327	1 231	- 7,3 %	- 2,2 %	+ 2,2 %
Chine	1 054	998	- 5,3 %	+ 0,1 %	+ 5,5 %
Autres pays	273	232	- 15,0 %	- 11,1 %	- 9,4 %

CHINE

Au cours du 1^{er} semestre, les ventes en Chine ont augmenté de 0,1 % à tpc. Ceci est le résultat d'une performance négative au 1^{er} trimestre (- 4,6 % à tpc) et d'une amélioration significative au 2^e trimestre (+ 5,5 % à tpc). Cette solide croissance au 2^e trimestre était attendue et est d'autant plus satisfaisante qu'elle a été réalisée dans un environnement de marché qui est resté peu porteur.

Supor a continué à gagner des parts de marché dans toutes ses catégories majeures grâce au succès de sa stratégie de *premiumisation* et à de multiples lancements de nouveaux produits.

Au-delà de la poursuite de la dynamique produits dans les catégories phares telles que les woks, les cuiseurs à riz et les autocuiseurs électriques, Supor a poursuivi l'enrichissement de son offre produits dans des familles plus récentes telles que les machines à café, les sauteuses automatiques ou les aspirateurs laveurs.

L'environnement de marché en Chine restera incertain mais nous demeurons confiants dans la capacité de Supor à générer une croissance organique positive de ses ventes, à surperformer ses marchés et donc à continuer de consolider ses parts de marché au cours du 2^e semestre.

AUTRES PAYS ASIATIQUES

En Asie hors Chine, notre chiffre d'affaires baisse d'environ 11 % à tpc au 1^{er} semestre, après une légère amélioration séquentielle des ventes au 2^e trimestre.

Dans l'ensemble, l'environnement de marché est resté difficile tout au long du 1^{er} semestre, avec (1) une inflation pesant sur la demande des consommateurs et (2) des distributeurs désireux de continuer à réduire leurs stocks. C'est particulièrement le cas dans nos principaux marchés de la région, le Japon et la Corée du Sud. Cela étant, la nouvelle gamme de bouilloires lancée fin 2022 rencontre un vif succès.

Dans ce contexte, le Groupe a réussi à protéger ses positions de marché dans les deux pays.

Les mêmes conditions (faible demande, déstockage des distributeurs) ont prévalu tout au long du 1^{er} semestre et ont impacté négativement les performances en Asie du Sud-Est et en Australie. Cependant, une reprise de nos ventes aux distributeurs s'est matérialisée vers la fin du trimestre, reflétant le retour à des niveaux de stocks plus habituels dans la plupart des pays de la région.

COMMENTAIRES ACTIVITÉ PROFESSIONNELLE

Ventes en M€	1 ^{er} semestre 2022	1 ^{er} semestre 2023	Variation 2023/2022		T2 2023 par rapport à 2022, à tpc*
			Parités courantes	tpc*	
Professionnel	330	435	+ 31,7 %	+ 24,8 %	+ 21,0 %

PROFESSIONNEL

Dans la continuité des résultats du Groupe en 2022, notre activité professionnelle a connu un excellent début d'année 2023, avec une croissance de 25 % à tpc au 1^{er} semestre.

L'activité Professionnelle a de nouveau enregistré une forte progression de ses ventes au 2^e trimestre (+ 21 % à tpc), après une performance remarquable au 1^{er} trimestre (+ 29 %). Cette évolution reflète une forte dynamique sur tous les marchés clés en café professionnel (PCM), la Chine enregistrant la plus forte croissance grâce à une bonne performance dans les grands contrats. Au-delà de la progression soutenue de la Chine, des marchés clés tels que l'Allemagne, le Royaume-Uni et les États-Unis ont largement contribué à la vitalité des ventes du Groupe en PCM. Les performances du 2^e trimestre reposent sur la même dynamique saine qu'au 1^{er} trimestre entre les grands contrats et l'activité courante (ventes de machines et services).

Le Groupe a confirmé son statut de leader et ses fortes ambitions de développement sur le segment Professionnel avec deux acquisitions, La San Marco en février et Pacojet en mai.

La San Marco est le leader reconnu dans le segment des machines expresso avec le système traditionnel à levier et l'émblématique fabricant italien vient ainsi enrichir l'offre du Groupe. En 2022, La San Marco a réalisé un chiffre d'affaires de 20 M€.

Pacojet est une entreprise familiale suisse spécialisée dans le développement et la commercialisation d'un appareil culinaire révolutionnaire qui fait le bonheur des chefs depuis trente ans. Fondée en 1992, Pacojet a mis au point un émulsifiant unique qui permet de fabriquer des glaces, des sorbets, des sauces, des mousses, des farces, des purées et bien d'autres choses encore en moins de 90 secondes. En 2022, Pacojet a réalisé un chiffre d'affaires de 24 M€.

RÉSULTAT OPÉRATIONNEL D'ACTIVITÉ (ROPA)

Le Résultat Opérationnel d'Activité (ROPA) s'est élevé au 1^{er} semestre 2023 à 180 M€ (marge opérationnelle d'activité de 5 %), contre 199 M€ à fin juin 2022 (marge opérationnelle d'activité de 5,4 %), grâce à un ROPA de 115 M€ au 2^e trimestre (en hausse de 56 M€ par rapport à 2022). Ce chiffre comprend un effet de change négatif de 20 M€ et un effet périmètre de 2 M€.

Sur une base tcpc, le ROPA au 1^{er} semestre s'est donc élevé à 198 M€, soit une marge de 5,3 %. Les changements par rapport au 1^{er} semestre 2022 s'expliquent comme suit :

- Un effet volume légèrement positif de 12 M€ reflétant la dynamique de l'activité Grand Public qui a commencé à s'inverser au 2^e trimestre et la poursuite d'une tendance vigoureuse dans l'activité Professionnel ;
- Un effet prix-mix positif de 35 M€, du fait d'un enrichissement du mix produits et des effets embarqués des augmentations de prix mises en place l'année dernière ;
- Bien que toujours négative de 31 M€ au global, l'évolution du coût des ventes s'est inversée entre le 1^{er} et le 2^e trimestre, principalement en raison de la baisse des coûts des matières premières et du fret ;
- Une diminution de 32 M€ des moyens moteurs par rapport à l'année dernière, reflétant une politique d'investissement plus équilibrée entre les deux semestres de l'année ;
- L'inflation a entraîné une hausse de 49 M€ des frais commerciaux et administratifs au 1^{er} semestre.

Nous soulignons également, comme d'habitude, qu'étant donné la nature saisonnière de l'activité du Groupe, le ROPA du 1^{er} semestre n'est pas représentatif de l'ensemble de l'année.

RÉSULTAT D'EXPLOITATION ET RÉSULTAT NET

À fin juin 2023, le Résultat d'Exploitation du Groupe s'est élevé à 160 M€, contre 179 M€ au 30 juin 2022. Ce résultat intègre une charge d'Intéressement et de Participation d'environ 11 M€ (13 M€ au 1^{er} semestre 2022) ainsi que d'autres produits et charges, pour - 9 M€, contre - 7 M€ au 1^{er} semestre 2022.

À - 33 M€, le Résultat financier au 30 juin 2023 s'est amélioré de 14 M€ par rapport aux - 47 M€ du 1^{er} semestre 2022, du fait, principalement d'une baisse du coût du refinancement intragroupe et de la variation de la juste valeur des instruments dérivés relatifs aux actions de performance.

Dans ces circonstances, le Résultat net part du Groupe du 1^{er} semestre s'établit à 76 M€, contre 72 M€ à fin juin 2022. Il s'entend après une charge d'impôt de 31 M€ - sur la base d'un taux d'impôt effectif estimé à 24 % - et après intérêts des minoritaires de 21 M€, contre 30 M€ au 1^{er} semestre 2022.

STRUCTURE FINANCIÈRE AU 30 JUIN 2023

Les capitaux propres au 30 juin 2023 étaient de 2 923 M€, en baisse de 246 M€ par rapport à fin 2022 et de 185 M€ par rapport au 30 juin 2022, ce qui s'explique principalement par une diminution des réserves de conversion.

À cette même date, la dette financière nette du Groupe s'élevait à 2 346 M€ (dont 352 M€ de dette IFRS 16), en baisse de 101 M€ par rapport au 30 juin 2022 et en hausse de 373 M€ par rapport au 31 décembre 2022. Cette évolution conjugue une **génération de cash-flow libre de 132 M€** au 1^{er} semestre 2023, des décaissements liés aux acquisitions réalisées depuis début 2023 (La San Marco, Pacojet, Forge Adour), les dividendes versés et les rachats d'actions SEB et Supor.

Le **ratio d'endettement** du Groupe (dette financière nette/fonds propres) au **30 juin 2023 était de 0,7** et le **ratio dette financière nette/EBITDA ajusté était de 2,7** (2,3 hors IFRS 16 et M&A).

Au 30 juin 2023, le **BFR d'exploitation s'est établi à 18,1 % des ventes**, soit une amélioration significative de plus de 400 points de base par rapport à 2022, grâce à une politique volontariste de réduction des stocks mise en œuvre depuis la fin du 2^{ème} trimestre 2022.

9

ACQUISITION RÉCENTE

Le 4 juillet dernier, le Groupe SEB a annoncé l'acquisition de la société Forge Adour, spécialiste de la fabrication de planchas en fonte émaillée. Créée en 1978, Forge Adour est une entreprise familiale française spécialisée dans la conception, la fabrication et la commercialisation de planchas, d'accessoires et de cuisines d'extérieur pour le marché grand public.

PERSPECTIVES

Le Groupe visait un redressement progressif de ses ventes Grand Public, une forte croissance de son chiffre d'affaires Professionnel et une amélioration de sa marge opérationnelle sur l'ensemble de l'année.

Compte tenu d'une reprise au 2^e trimestre meilleure que prévue, le Groupe renforce ses objectifs pour l'ensemble de l'année 2023, dans un contexte de dépréciation accrue des devises. Nous anticipons une appréciation continue de l'Euro durant le second semestre ainsi qu'une poursuite de l'amélioration de nos coûts des ventes, ce qui produira les effets suivants :

- (1) un effet négatif marqué sur les ventes publiées que nous estimons sur la base des taux de change actuels à environ 5% du chiffre d'affaires du Groupe sur l'ensemble de l'année ;
- (2) un impact neutre sur le ROPA :
 - Dans les marchés émergents, des hausses de prix compenseront l'effet de la dépréciation des devises (TRY, EGP, ARS, RUB, UAH, BRL) ;
 - Les effets positifs provenant de la baisse des coûts des matières premières et du fret compenseront les effets négatifs dus à des résultats de couverture de change en baisse par rapport à 2022.

Ainsi, le Groupe vise désormais :

- Une croissance des ventes à tpc d'environ 5%, avec
 - ✓ Une croissance positive des ventes à tpc dans le secteur Grand public
 - ✓ Une forte croissance des ventes à tpc dans le secteur Professionnel
- Une croissance du ROPA d'au moins 10 %

Les comptes consolidés et sociaux du Groupe SEB au 30 juin 2023 ont été arrêtés par le Conseil d'Administration du 26 juillet 2023.

COMPTE DE RESULTAT CONSOLIDE

millions €)	30/06/2023 6 mois	30/06/2022 6 mois	31/12/2022 12 mois
Produits des activités ordinaires	3 611,9	3 665,6	7 959,7
Frais opérationnels	(3 431,8)	(3 467,0)	(7 339,4)
RÉSULTAT OPÉRATIONNEL D'ACTIVITÉ	180,1	198,6	620,3
Intéressement et participation	(11,0)	(13,3)	(17,6)
RÉSULTAT OPÉRATIONNEL COURANT	169,1	185,3	602,7
Autres produits et charges d'exploitation	(8,7)	(6,6)	(55,7)
RÉSULTAT D'EXPLOITATION	160,4	178,7	547,0
Coût de l'endettement financier	(16,5)	(19,0)	(35,1)
Autres produits et charges financiers	(16,1)	(27,9)	(45,6)
RÉSULTAT AVANT IMPÔT	127,8	131,8	466,3
Impôt sur les résultats	(30,7)	(30,7)	(98,0)
RÉSULTAT NET	97,1	101,1	368,3
Part des minoritaires	(21,1)	(29,5)	(52,1)
RÉSULTAT NET REVENANT À SEB S.A.	76,0	71,6	316,2
RÉSULTAT NET REVENANT À SEB S.A. PAR ACTION (en unités)			
Résultat net de base par action	1,38	1,30	5,74
Résultat net dilué par action	1,38	1,29	5,71

10

BILAN CONSOLIDE

ACTIF (en millions €)	30/06/2023	30/06/2022	31/12/2022
Goodwill	1 757,6	1 739,0	1 767,9
Autres immobilisations incorporelles	1 303,0	1 311,6	1 305,1
Immobilisations corporelles	1 295,0	1 319,9	1 338,8
Autres participations	325,3	194,3	218,3
Autres actifs financiers non courants	26,6	16,3	18,2
Impôts différés	152,0	157,4	135,2
Autres créances non courantes	66,3	61,7	58,3
Instruments dérivés actifs non courants	18,1	35,0	26,3
ACTIFS NON COURANTS	4 943,9	4 835,2	4 868,1
Stocks et en-cours	1 625,2	2 240,3	1 682,1
Clients	788,8	761,2	891,5
Autres créances courantes	175,8	246,2	217,1
Impôt courant	41,8	51,5	53,2
Instruments dérivés actifs courants	51,2	191,3	76,8
Placements financiers et autres actifs financiers courants	58,3	272,2	102,0
Trésorerie et équivalents de trésorerie	828,2	1 392,6	1 237,0
ACTIFS COURANTS	3 569,3	5 155,3	4 259,7
TOTAL DES ACTIFS	8 513,2	9 990,5	9 127,8
PASSIF (en millions €)	30/06/2023	30/06/2022	31/12/2022
Capital	55,3	55,3	55,3
Réserves consolidées	2 895,0	3 085,9	3 146,8
Actions propres	(27,7)	(33,3)	(33,3)
Capitaux propres Groupe	2 922,6	3 107,9	3 168,8
Intérêts minoritaires	230,9	298,2	280,1
CAPITAUX PROPRES DE L'ENSEMBLE CONSOLIDÉ	3 153,5	3 406,1	3 448,9
Impôts différés	181,9	254,2	212,6
Avantages au personnel et autres provisions non courantes	213,3	226,8	213,4
Dettes financières non courantes	1 405,8	2 207,7	1 922,6
Autres passifs non courants	57,2	51,5	53,8
Instruments dérivés passifs non courants	21,4	31,6	32,9
PASSIFS NON COURANTS	1 879,6	2 771,8	2 435,3
Avantages au personnel et autres provisions courantes	105,0	121,5	138,4
Fournisseurs	966,8	1 214,2	1 027,1
Autres passifs courants	447,9	455,4	583,8
Impôt exigible	45,4	55,4	52,6
Instruments dérivés passifs courants	83,4	72,7	52,2
Dettes financières courantes	1 831,6	1 893,4	1 389,5
PASSIFS COURANTS	3 480,1	3 812,6	3 243,6
TOTAL DES CAPITAUX PROPRES ET DES PASSIFS	8 513,2	9 990,5	9 127,8

ANNEXE

DETAIL DE L'ACTIVITE PAR ZONE GEOGRAPHIQUE – 1^{ER} TRIMESTRE

Ventes en M€	1 ^o trimestre 2022	1 ^o trimestre 2023	Variation 2023/2022	
			Parités courantes	tcpu*
EMEA	813	760	- 6,5 %	- 5,0 %
Europe occidentale	582	524	- 9,9 %	- 9,6 %
Autres pays	231	236	+ 2,0 %	+ 6,7 %
AMERIQUES	243	212	- 12,8 %	- 13,7 %
Amérique du Nord	173	143	- 17,6 %	- 22,1 %
Amérique du Sud	70	69	- 0,8 %	+ 7,2 %
ASIE	703	640	- 8,9 %	- 6,1 %
Chine	569	527	- 7,4 %	- 4,6 %
Autres pays	134	113	- 15,3 %	- 12,9 %
TOTAL Grand Public	1 760	1 613	- 8,4 %	- 6,6 %
Professionnel	156	209	+ 34,1 %	+ 29,1 %
GROUPE SEB	1 915	1 822	- 4,9 %	- 3,7 %

*tcpu : taux de change et périmètre constants

Chiffres arrondis en M€

% calculés sur chiffres non arrondis

12

DETAIL DE L'ACTIVITE PAR ZONE GEOGRAPHIQUE – 2^{EME} TRIMESTRE

Ventes en M€	2 ^{eme} trimestre 2022	2 ^{eme} trimestre 2023	Variation 2023/2022	
			Parités courantes	tpc*
EMEA	680	729	+ 7,1 %	+ 12,8 %
Europe occidentale	490	505	+ 3,0 %	+ 3,3 %
Autres pays	190	224	+ 17,6 %	+ 37,3 %
AMERIQUES	271	246	- 9,5 %	- 6,6 %
Amérique du Nord	185	172	- 6,9 %	- 7,4 %
Amérique du Sud	87	74	- 15,0 %	- 5,1 %
ASIE	624	590	- 5,4 %	+ 2,2 %
Chine	485	471	- 2,7 %	+ 5,5 %
Autres pays	139	119	- 14,7 %	- 9,4 %
TOTAL Grand Public	1 576	1 565	- 0,7 %	+ 5,2 %
Professionnel	174	226	+ 29,6 %	+ 21,0 %
GROUPE SEB	1 750	1 790	+ 2,3 %	+ 6,8 %

*tpc : taux de change et périmètre constants

Chiffres arrondis en M€

% calculés sur chiffres non arrondis

13

A taux de change et périmètre constants (à tcpc) - Organique

Les montants et les taux de croissance à taux de change et périmètre constants (ou organiques) de l'année N par rapport à l'année N-1 sont calculés :

- en utilisant les taux de change moyens de l'année N-1 sur la période considérée (année, semestre, trimestres)
- sur la base du périmètre de consolidation de l'année N-1.

Cette pratique concerne essentiellement les ventes et le Résultat Opérationnel d'Activité.

14

Résultat Opérationnel d'Activité (ROPA)

Le Résultat Opérationnel d'Activité (ROPA) est le principal indicateur de performance du Groupe SEB. Il correspond aux ventes diminuées des frais opérationnels, à savoir, du coût des ventes, des frais d'innovation (R&D, marketing stratégique, design), de la publicité, de marketing opérationnel et des frais commerciaux et administratifs. L'intéressement et la participation, ainsi que les autres produits et charges d'exploitation non courants en sont exclus.

EBITDA ajusté

L'EBITDA ajusté correspond au Résultat Opérationnel d'Activité diminué de l'intéressement et de la participation, auquel on ajoute les amortissements et les dépréciations opérationnels.

Cash-flow libre

Le cash-flow libre correspond à l'EBITDA ajusté, après prise en compte de la variation en fonds de roulement d'exploitation, des investissements récurrents (CAPEX), des impôts et frais financiers ainsi que d'autres éléments non opérationnels.

Dettes financières nettes

L'endettement financier net comprend l'ensemble des dettes financières courantes et non courantes diminuées de la trésorerie et des équivalents de trésorerie ainsi que des instruments dérivés liés au financement du Groupe. Il comprend également la dette financière née de l'application de IFRS 16 « contrats de location » ainsi que d'éventuels placements financiers court terme sans risque de changement de valeur significatif mais dont l'échéance à la date de souscription est supérieure à 3 mois.

Programme de fidélisation (LP)

Ces programmes, portés par les enseignes de distribution, consistent à proposer des offres promotionnelles sur une catégorie de produit aux consommateurs fidèles accumulant plusieurs passages en caisse sur une courte période. Ces programmes promotionnels permettent aux distributeurs de favoriser la fréquentation de leurs magasins, et à nos consommateurs d'accéder à nos produits à des prix préférentiels.

Ce communiqué de presse peut contenir des déclarations de nature prévisionnelle concernant l'activité, les résultats et la situation financière du Groupe SEB. Ces anticipations s'appuient sur des hypothèses qui semblent raisonnables à ce stade mais sont dépendantes de facteurs exogènes tels que l'évolution des cours des matières premières, des parités monétaires, de la conjoncture économique et de la demande dans les grands marchés du Groupe ou l'effet des lancements de nouveaux produits par la concurrence.

Du fait de ces incertitudes, le Groupe SEB ne peut être tenu responsable pour d'éventuels écarts par rapport à ses anticipations actuelles qui seraient liés à la survenance d'événements nouveaux ou d'évolutions non prévisibles.

Les facteurs pouvant influencer de façon significative les résultats économiques et financiers du Groupe SEB sont présentés dans le Rapport Financier Annuel et Document d'Enregistrement Universel déposé chaque année à l'AMF.

Conférence avec le management le 27 juillet à 10h00 CET

Accédez au webcast en direct en [cliquant ici](#) (en anglais)

Replay disponible sur notre site internet
le 27 juillet : sur www.groupeseb.com

Accès (audio seul – en anglais) :
Depuis la France : +33 (0) 1 7037 7166 – Mot de passe : SEB
Depuis l'étranger : +44 (0) 33 0551 0200 – Mot de passe : SEB
Depuis les Etats-Unis : +1 786 697 3501 – Mot de passe : SEB

15

Prochains événements - 2023

26 octobre | après bourse

Ventes et informations financières 9 mois 2023

Investisseurs / Analystes

Groupe SEB
Direction de la Communication Financière

Olivier Gernandt
Guillaume Baron

ogernandt@groupeseb.com
gbaron@groupeseb.com

Tél. : +33 (0) 4 72 18 16 04

comfin@groupeseb.com

Presse

Groupe SEB
Direction de la Communication Corporate

Cathy Pianon
Anissa Djaadi
Marie Leroy

presse@groupeseb.com

Tél. + 33 (0) 6 33 13 02 00

Tél. + 33 (0) 6 88 20 90 88

Tél. + 33 (0) 6 76 98 87 53

Image Sept

Caroline Simon
Claire Doligez
Isabelle Dunoyer de Segonzac

caroline.simon@image7.fr

cdoligez@image7.fr

isegonzac@image7.fr

Tél. : +33 (0) 1 53 70 74 70

Et retrouvez-nous aussi sur www.groupeseb.com



Référence mondiale du Petit Equipement Domestique, le Groupe SEB déploie son activité en s'appuyant sur un portefeuille de 33 marques emblématiques (Tefal, Seb, Rowenta, Moulinex, Krups, Lagostina, All-Clad, WMF, Emsa, Supor...), commercialisées à travers une distribution multi format. Vendant plus de 400 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. Présent dans 150 pays, le Groupe SEB a réalisé un chiffre d'affaires de près de 8 milliards d'euros en 2022 et emploie plus de 33 000 collaborateurs.

SEB SA ■

SEB SA - N° RCS 300 349 636 RCS LYON – capital 55 337 770 € TVA intracommunautaire : FR 12300349636