



24 octobre 2024 – 17h40

## Ventes et informations financières des 9 premiers mois 2024

1

### SOLIDE CROISSANCE AU T3 SUR UNE BASE EXIGEANTE - PERSPECTIVES ANNUELLES CONFIRMÉES

- **Ventes 9 mois** : 5 725 M€, + 5,6 % à tcpc<sup>1</sup> et + 3,5 % publié
- **Ventes du 3<sup>e</sup> trimestre** : 1 985 M€, + 4,0 % à tcpc et + 3,4 % publié
- **Résultat Opérationnel d'Activité 9 mois** : 444 M€, + 14 %
- **Marge opérationnelle 9 mois** : 7,8 % vs 7,0 % en 2023
- **Perspectives 2024 confirmées** :
  - Croissance organique des ventes autour de 5 %
  - Marge opérationnelle proche de 10 %

#### Déclaration de Stanislas de Gramont, Directeur Général du Groupe SEB

« La dynamique des ventes est forte sur ces 9 premiers mois, et nous continuons d'afficher une croissance organique robuste au 3<sup>e</sup> trimestre.

Les marchés du Petit Equipement Domestique sont restés porteurs ces derniers mois. Dans ce contexte, la croissance des ventes du Groupe s'est accélérée, soutenue par le déploiement de ses innovations, en particulier en Europe occidentale et en Amérique du Nord.

Les ventes en Professionnel sont en baisse par rapport à un 3<sup>e</sup> trimestre exceptionnel l'année dernière, reflétant le calendrier de déploiement des grands contrats. L'activité courante hors grands contrats est, elle, en hausse notable sur le trimestre.

Notre Résultat Opérationnel d'Activité progresse de 14 % sur 9 mois. Nous restons sur la trajectoire d'une croissance organique des ventes autour de 5 % et d'une marge opérationnelle proche de 10 % pour l'année. »

<sup>1</sup> A taux de change et périmètre constants (organique)

## COMMENTAIRES GÉNÉRAUX SUR LES VENTES DU GROUPE

Sur les 9 premiers mois de l'année, le Groupe SEB a réalisé un chiffre d'affaires de 5 725 M€, en hausse de 5,6 % à tcpc (+ 3,5 % en données publiées). Cette différence est due à un effet devises de - 3,0 % ainsi qu'à un effet périmètre positif de 0,9 % (lié aux acquisitions de La San Marco, Pacojet, Forge Adour et Sofilac).

Au 3<sup>e</sup> trimestre, les ventes du Groupe ont affiché un bon niveau de croissance organique de + 4,0 % (+ 3,4 % en données publiées), bénéficiant d'une accélération de la croissance en Grand Public, contenue par une base de comparaison élevée en Professionnel.

Malgré un environnement géopolitique et macroéconomique toujours incertain, le marché du Petit Equipement Domestique a globalement confirmé sa bonne orientation, tirée par l'innovation produits. Certaines catégories de produits comme les aspirateurs versatiles, les friteuses sans huile ou les machines à café *full auto* sont particulièrement dynamiques et apportent une contribution significative à la bonne tenue du marché.

2

Sur les 9 premiers mois de l'année, les ventes de l'activité Grand Public se sont élevées à 4 999 M€, en hausse de 6,6 % à tcpc (+ 3,4 % en données publiées). Cette tendance positive s'est accélérée au 3<sup>e</sup> trimestre avec une croissance organique des ventes de + 8,1 % (après + 5,9 % au 1<sup>er</sup> semestre). L'Europe et l'Amérique du Nord, qui représentent près des deux tiers des ventes du Groupe en Grand Public, ont porté cette dynamique avec un chiffre d'affaires en forte progression de 13 % environ à tcpc. Cette croissance est nourrie par le déploiement de ses innovations dans les catégories qui tirent le marché. En Chine, Supor poursuit ses gains de parts de marché dans ses catégories-clés et sur tous les canaux de distribution, malgré un environnement de consommation toujours atone.

Les ventes de l'activité Professionnelle sont en hausse de 4,1 % en données publiées (- 1,6 % à tcpc) sur les 9 premiers mois de l'année, à 726 M€. Les ventes du 3<sup>e</sup> trimestre sont inférieures à l'année dernière (- 22,2 % à tcpc), reflétant une base de comparaison exceptionnelle (ventes en progression organique de 43 % au T3 2023). L'activité courante (hors grands contrats) reste en hausse, supérieure à 5 % sur le trimestre.

Par ailleurs, les activités du Groupe Sofilac acquises en avril dernier ont été consolidées dans les comptes du Groupe pour la 1<sup>re</sup> fois au cours du trimestre écoulé.

## DÉTAIL DE L'ACTIVITÉ PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE

Ventes en M€	9 mois 2023	9 mois 2024	Variation 2024/2023		T3 2024 par rapport à 2023, à tpc
			Parités courantes	Tpc	
<b>EMEA</b>	<b>2 282</b>	<b>2 447</b>	<b>+ 7,2 %</b>	<b>+ 10,3 %</b>	<b>+ 13,6 %</b>
Europe occidentale	1 562	1 630	+ 4,4 %	+ 3,5 %	+ 12,6 %
Autres pays	720	816	+ 13,3 %	+ 25,2 %	+ 15,8 %
<b>AMÉRIQUES</b>	<b>778</b>	<b>840</b>	<b>+ 8,1 %</b>	<b>+ 11,6 %</b>	<b>+ 9,8 %</b>
Amérique du Nord	535	577	+ 7,8 %	+ 8,7 %	+ 13,1 %
Amérique du Sud	243	263	+ 8,5 %	+ 18,1 %	+ 2,4 %
<b>ASIE</b>	<b>1 775</b>	<b>1 712</b>	<b>- 3,5 %</b>	<b>- 0,3 %</b>	<b>- 0,8 %</b>
Chine	1 430	1 381	- 3,4 %	- 0,6 %	- 1,9 %
Autres pays	345	332	- 4,0 %	+ 1,1 %	+ 3,5 %
<b>TOTAL Grand Public</b>	<b>4 835</b>	<b>4 999</b>	<b>+ 3,4 %</b>	<b>+ 6,6 %</b>	<b>+ 8,1 %</b>
Professionnel	697	726	+ 4,1 %	- 1,6 %	- 22,2 %
<b>GROUPE SEB</b>	<b>5 532</b>	<b>5 725</b>	<b>+ 3,5 %</b>	<b>+ 5,6 %</b>	<b>+ 4,0 %</b>

Chiffres arrondis en M€

% calculés sur chiffres non arrondis

## COMMENTAIRES ACTIVITÉ GRAND PUBLIC PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE

Ventes en M€	9 mois 2023	9 mois 2024	Variation 2024/2023		T3 2024 par rapport à 2023, à tpc
			Parités courantes	Tcpc	
<b>EMEA</b>	<b>2 282</b>	<b>2 447</b>	<b>+ 7,2 %</b>	<b>+ 10,3 %</b>	<b>+ 13,6 %</b>
Europe occidentale	1 562	1 630	+ 4,4 %	+ 3,5 %	+ 12,6 %
Autres pays	720	816	+ 13,3 %	+ 25,2 %	+ 15,8 %

### EUROPE OCCIDENTALE

4

Sur les neuf premiers mois de l'année, les ventes en Europe occidentale sont en croissance de 3,5 % à tpc (+ 4,4 % en données publiées).

Cela reflète une nette accélération au troisième trimestre, avec une croissance organique des ventes de 12,6 %.

Comme anticipé, le bon démarrage en septembre des programmes de fidélisation a contribué à cette dynamique. Hors impact de ces programmes, l'activité courante atteint une forte croissance organique de 9 % sur le trimestre, contre + 1,5 % au premier semestre. Sur des marchés favorables, les ventes du Groupe sont tirées par le déploiement des innovations produits, notamment les friteuses sans huile, les aspirateurs versatiles, les machines à café *full auto* et les articles culinaires.

Les principaux pays de la zone sont en croissance. Ainsi, en France, l'activité courante a progressé de 7 % au troisième trimestre, grâce à la montée en puissance de nos innovations dans de nombreuses catégories. En Allemagne, la reprise de la croissance se confirme, soutenue par les synergies commerciales issues de la réorganisation des équipes SEB et WMF, effective depuis début 2024. De nouveaux référencements chez nos distributeurs, ainsi qu'une bonne dynamique de nos ventes dans les segments les plus porteurs contribuent à cette reprise.

La performance est également remarquable en Europe du Sud. Les ventes en Espagne, Portugal et Italie participent à l'accélération générale et connaissent des croissances à deux chiffres au troisième trimestre.

Les Pays-Bas et les Pays Nordiques affichent également une solide progression, tandis que le Royaume-Uni connaît une croissance sur une base de comparaison favorable.

### AUTRES PAYS EMEA

Sur les neuf premiers mois de l'année, les ventes dans les autres pays EMEA affichent une forte croissance de 25,2 % à tpc. En données publiées, la hausse sur cette période a été de 13,3 %, après prise en compte des effets de dépréciation devises.

La dynamique reste très positive au troisième trimestre, avec une progression organique des ventes de 15,8 % et un niveau proche du 1<sup>er</sup> semestre en données publiées à + 11,8 %. Sur des marchés porteurs, l'Europe de l'Est continue de connaître une croissance soutenue, notamment en Pologne, République tchèque, Roumanie et Bulgarie. Cette forte progression de l'activité du Groupe est tirée comme en Europe occidentale par l'innovation sur des catégories phares comme l'entretien des sols (aspirateurs traîneaux et versatiles), la cuisson électrique (friteuses sans huile) et les articles culinaires.

En Turquie, les volumes restent forts, particulièrement dans les segments des articles et de la préparation culinaires, de l'entretien des sols et du soin du linge, malgré un environnement globalement difficile et volatil.

Ventes en M€	9 mois 2023	9 mois 2024	Variation 2024/2023		T3 2024 par rapport à 2023, à tpc
			Parités courantes	Tpc	
<b>AMÉRIQUES</b>	<b>778</b>	<b>840</b>	<b>+ 8,1 %</b>	<b>+ 11,6 %</b>	<b>+ 9,8 %</b>
Amérique du Nord	535	577	+ 7,8 %	+ 8,7 %	+ 13,1 %
Amérique du Sud	243	263	+ 8,5 %	+ 18,1 %	+ 2,4 %

## AMÉRIQUE DU NORD

Sur les 9 premiers mois de l'année, les ventes en Amérique du Nord ont affiché une hausse de 8,7 % à tpc et de 7,8 % en données publiées, sous l'effet de la dépréciation du dollar américain et du peso mexicain par rapport à l'euro.

Au 3<sup>e</sup> trimestre, le Groupe a connu une accélération de sa croissance à 13,1 % à tpc grâce à une bonne dynamique commerciale aux Etats-Unis et à l'expansion continue de sa présence au Mexique.

Aux Etats-Unis, la performance a été soutenue par de nouveaux référencements, et par un bon niveau de livraisons dans la distribution en amont des grands événements commerciaux de fin d'année. Nos ventes en articles culinaires restent en croissance sur toutes nos marques. Les ventes en soin du linge sont également très dynamiques, grâce notamment à la catégorie des défroisseurs et aux lancements de nouveaux produits.

Le Groupe a par ailleurs poursuivi sa forte expansion au Mexique, dans un environnement monétaire plus volatil durant l'été. Le déploiement des innovations du Groupe dans de multiples catégories (cuisson électrique, *blenders*, soin du linge, machines à café *full auto*...) a permis de nombreux nouveaux référencements dans la distribution traditionnelle et spécialisée. La croissance organique des ventes au Mexique est ainsi supérieure à 15 % depuis le début de l'année.

## AMÉRIQUE DU SUD

Sur les 9 premiers mois de l'année, le chiffre d'affaires du Groupe en Amérique du Sud a progressé de 18,1 % à tpc et de 8,5 % en données publiées.

Le 3<sup>e</sup> trimestre a marqué un ralentissement de cette performance du fait du repli marqué du marché des ventilateurs lié à la fin du phénomène climatique *El Niño*. La croissance organique des ventes s'est élevée à 2,4 % sur les 3 derniers mois, ce qui reflète également la compensation de la dépréciation des devises locales par des hausses de prix. En données publiées, le chiffre d'affaires est en baisse de 16,4 %.

Hors ventilation, les ventes du Groupe en Colombie continuent d'afficher une croissance à deux chiffres au 3<sup>e</sup> trimestre. Le Groupe a renforcé son leadership local dans plusieurs catégories clés (articles culinaires, cuisson électrique...), tout en améliorant son mix produit, avec une activation commerciale efficace dans les segments soin du linge et machines à café.

Les ventes au Brésil sont en repli au 3<sup>e</sup> trimestre, dans un environnement promotionnel intense, et dans un contexte de dépréciation de la devise. Sur 9 mois, la progression des ventes reste positive grâce aux performances du Groupe en ventilation, en boissons (café portionné) et en fers vapeurs.

Ventes en M€	9 mois 2023	9 mois 2024	Variation 2024/2023		T3 2024 par rapport à 2023, à tcpc
			Parités courantes	Tcpc	
<b>ASIE</b>	<b>1 775</b>	<b>1 712</b>	<b>- 3,5 %</b>	<b>- 0,3 %</b>	<b>- 0,8 %</b>
Chine	1 430	1 381	- 3,4 %	- 0,6 %	- 1,9 %
Autres pays	345	332	- 4,0 %	+ 1,1 %	+ 3,5 %

## CHINE

Sur les 9 premiers mois de l'année, les ventes du Groupe ont été quasiment stables en Chine à - 0,6 % à tcpc. Elles sont en retrait de - 3,4 % en données publiées en raison de la baisse du yuan par rapport à l'euro sur la période.

Les ventes ont reculé de - 1,9 % à tcpc au 3<sup>e</sup> trimestre, dans un environnement de consommation toujours atone. Au cours du trimestre, Supor a continué de gagner des parts de marché dans ses catégories clés, tant en magasin physique qu'en ligne. Le déploiement soutenu de ses innovations (wok, mugs isothermes, cuiseurs à riz, bouilloires...), allié à son expertise en activation omnicanale, lui permet de renforcer son leadership malgré un environnement promotionnel marqué.

Pour l'ensemble de l'année, les ventes en Chine devraient rester globalement stables en organique, sur un marché du Petit Equipement Domestique en recul.

## AUTRES PAYS D'ASIE

Sur les 9 premiers mois de l'année, le chiffre d'affaires du Groupe dans les autres pays d'Asie a augmenté de 1,1 % à tcpc. En données publiées, il a baissé de 4 % principalement du fait de la faiblesse persistante du yen.

Au 3<sup>e</sup> trimestre, les ventes sont en hausse de 3,5 % à tcpc et de 1 % en données publiées.

Au Japon, les ventes du Groupe ont nettement progressé au 3<sup>e</sup> trimestre, notamment du fait d'un effet de base favorable. Les articles culinaires et les bouilloires, qui représentent une grande part des ventes dans le pays, ont nourri cette croissance organique approchant les 10 %. Les performances avec les *pure players online* sont très positives.

Les ventes en Corée du Sud ont légèrement reculé à tcpc au 3<sup>e</sup> trimestre. Les performances sont contrastées, avec une bonne dynamique dans les articles culinaires, tandis que le petit électroménager a été confronté à un marché caractérisé par une pression promotionnelle accrue.

Dans les autres pays d'Asie du Sud-Est, les bonnes performances au Vietnam et en Malaisie sont particulièrement notables, grâce à de nouveaux référencements et à une présence catégorielle étendue.

Enfin, le Groupe continue son expansion en Australie avec succès, grâce à l'élargissement de son portefeuille produits, notamment en cuisson électrique (friteuse sans huile, cuiseur à riz) et l'extension de son réseau de distribution.

## COMMENTAIRES ACTIVITÉ PROFESSIONNELLE

Ventes en M€	9 mois 2023	9 mois 2024	Variation 2024/2023		T3 2024 par rapport à 2023, à tpc
			Parités courantes	Tpc	
Professionnel	697	726	+ 4,1 %	- 1,6 %	- 22,2 %

L'activité Professionnelle a réalisé un chiffre d'affaires de 726 M€ en baisse de 1,6 % à tpc sur les 9 premiers mois de l'année. En données publiées, la croissance des ventes s'élève à 4,1 % du fait d'un effet périmètre lié aux acquisitions de La San Marco et Pacojet en 2023 et Sofilac en 2024.

Les ventes du 3<sup>e</sup> trimestre sont inférieures à l'année dernière (- 22,2 % à tpc), reflétant un effet de base exceptionnel avec une croissance organique de 43 % au 3<sup>e</sup> trimestre 2023, lié à la conjonction de forts volumes de livraisons de grands contrats à la fois en Chine et aux Etats-Unis.

Par nature, ces grands contrats, moteurs de l'expansion du marché du Café Professionnel, engendrent une certaine volatilité de l'activité. En 2024, pour le Groupe, les déploiements et livraisons de ces contrats ont été plus concentrés au 1<sup>er</sup> semestre qu'initialement anticipé. L'effet de base lié aux grands contrats sera encore présent au 4<sup>e</sup> trimestre.

L'activité courante (hors grands contrats) reste en hausse, supérieure à 5 % sur le trimestre.

Il est, par ailleurs, à noter la 1<sup>re</sup> consolidation de Sofilac dans les comptes du Groupe au 3<sup>e</sup> trimestre.

## RÉSULTAT OPÉRATIONNEL D'ACTIVITÉ (ROPA)

Le **Résultat Opérationnel d'Activité (ROPA)** des 9 premiers mois de l'année atteint 444 M€, en hausse de 14,2 % par rapport à 2023 (389 M€). Ce chiffre inclut un effet devises négatif de 118 M€ et un effet périmètre positif de 5 M€. La marge opérationnelle s'établit en hausse de 80 points de base, à 7,8 % contre 7,0 % en 2023.

Sur le seul 3<sup>e</sup> trimestre, le ROPA s'élève à 200 M€, en légère baisse de 4,0 % par rapport à 2023. La marge opérationnelle est ainsi de 10,1 %, contre 10,9 % au T3 2023. Cette dernière intègre pour mémoire un niveau d'activité exceptionnel dans le segment Professionnel.

La marge opérationnelle du T3 2024, proche des standards historiques du Groupe, reflète la bonne tenue des marges de l'activité Grand Public, portée par un effet volume favorable. Par ailleurs, malgré la hausse des coûts de fret maritime, le Groupe bénéficie de la poursuite de la baisse du coût des ventes, dont une partie est réinvestie pour soutenir la dynamique commerciale.

8

## DETTE NETTE AU 30 SEPTEMBRE 2024

Au 30 septembre 2024, **l'endettement financier net du Groupe s'élève à 2 480 M€**, contre 2 278 M€ au 30 septembre 2023.

Cette augmentation de l'endettement net résulte d'un niveau des stocks reflétant la saisonnalité de l'activité, de l'impact persistant des « stocks en transit » lié aux perturbations en Mer Rouge, ainsi que des rachats d'actions propres et des opérations d'acquisitions (Sofilac, partenariat en Arabie Saoudite sur les 12 derniers mois). Un désendettement est attendu au 4<sup>e</sup> trimestre, en ligne avec la saisonnalité habituelle.

## PERSPECTIVES

Le Groupe continue d'anticiper pour l'ensemble de l'année en cours :

- une croissance organique des ventes autour de 5 % ;
- et une marge opérationnelle proche de 10 %.



## ANNEXE

### DETAIL DE L'ACTIVITE PAR ZONE GEOGRAPHIQUE – 3<sup>e</sup> TRIMESTRE

Ventes en M€	3 <sup>e</sup> trimestre 2023	3 <sup>e</sup> trimestre 2024	Variation 2024/2023	
			Parités courantes	tcpu
<b>EMEA</b>	<b>794</b>	<b>892</b>	<b>+12,4 %</b>	<b>+ 13,6 %</b>
Europe occidentale	533	600	+ 12,7 %	+ 12,6 %
Autres pays	261	291	+ 11,8 %	+ 15,8 %
<b>AMERIQUES</b>	<b>320</b>	<b>324</b>	<b>+ 1,2 %</b>	<b>+ 9,8 %</b>
Amérique du Nord	220	241	+ 9,2 %	+ 13,1 %
Amérique du Sud	100	83	- 16,4 %	+ 2,4 %
<b>ASIE</b>	<b>544</b>	<b>538</b>	<b>- 1,2 %</b>	<b>- 0,8 %</b>
Chine	431	424	- 1,7 %	- 1,9 %
Autres pays	113	114	+ 1,0 %	+ 3,5 %
<b>TOTAL Grand Public</b>	<b>1 658</b>	<b>1 754</b>	<b>+ 5,8 %</b>	<b>+ 8,1 %</b>
Professionnel	263	231	- 11,9 %	- 22,2 %
<b>GROUPE SEB</b>	<b>1 920</b>	<b>1 985</b>	<b>+ 3,4 %</b>	<b>+ 4,0 %</b>

Chiffres arrondis en M€

% calculés sur chiffres non arrondis

### 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, trimestre)
- sur la base du périmètre de consolidation de l'année N-1.

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

### 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.

### Dette financière nette

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 24 octobre à 18h00 CET

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

Replay disponible sur notre site internet  
le 24 octobre à partir de 20 h : sur [www.groupeseb.com](http://www.groupeseb.com)

ou rejoignez la conférence téléphonique, à partir de 17h50, en composant :

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

## Prochain événement - 2024

**12 décembre** | 14h00 Journée investisseurs ESG

## Evénements - 2025

**23 janvier** | après bourse Ventes provisoires 2024

**27 février** | avant bourse Résultats 2024

**24 avril** | après bourse Ventes et information financière 1<sup>er</sup> trimestre 2025

**20 mai** | 14h30 Assemblée Générale

**23 juillet** | après bourse Ventes et Résultats 1<sup>er</sup> semestre 2025

**23 octobre** | après bourse Ventes et informations financières 9 mois 2025

### Investisseurs / Analystes

Groupe SEB  
Direction Communication Financière et IR

Raphaël Hoffstetter  
Guillaume Baron

[comfin@groupeseb.com](mailto:comfin@groupeseb.com)

Tél. +33 (0) 4 72 18 16 04

### Presse

Groupe SEB  
Direction de la Communication Corporate

Florence Candianides  
Marie Leroy

[presse@groupeseb.com](mailto:presse@groupeseb.com)

Tél. + 33 (0) 6 88 20 98 60  
Tél. + 33 (0) 6 76 98 87 53

Image Sept  
Caroline Simon  
Claire Doligez  
Isabelle Dunoyer de Segonzac

[caroline.simon@image7.fr](mailto:caroline.simon@image7.fr)  
[cdoligez@image7.fr](mailto:cdoligez@image7.fr)  
[isegonzac@image7.fr](mailto:isegonzac@image7.fr)

Tél. : +33 (0) 1 53 70 74 70

Référence mondiale du Petit Equipement Domestique et du café professionnel, le Groupe SEB déploie son activité en s'appuyant sur un portefeuille de 40 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 8 milliards d'euros en 2023 et emploie plus de 31 000 collaborateurs.

SEB SA ■