



Communiqué de presse

Jeudi 23 janvier 2025 – 17h40

1

Ventes provisoires 2024 - données non auditées -

CROISSANCE SOLIDE SUR L'ENSEMBLE DE L'ANNEE BONNE DYNAMIQUE DES VENTES CONFIRMEE AU T4

- **Ventes annuelles : 8 266 M€, + 5,0 % à tcpc¹ (+ 3,2 % publié)**
 - Performance annuelle robuste et en ligne avec les attentes
 - Progression organique soutenue en Grand Public
 - Consolidation en Professionnel sur des niveaux élevés
- **Ventes du 4^e trimestre : 2 541 M€, + 3,6 % à tcpc (+ 2,7 % publié)**
- **Confirmation d'une marge opérationnelle proche de 10 % : ROPA 2024 attendu en progression de 10 % environ**

Déclaration de Stanislas de Gramont, Directeur Général du Groupe SEB

« L'activité a été solide tout au long de l'année, avec une bonne dynamique qui s'est confirmée sur le dernier trimestre. Cela se traduit par une croissance organique robuste de 5,0 % en 2024, pleinement conforme à nos attentes.

La division Grand Public a renoué avec ses standards de croissance, portée notamment par une reprise marquée en Europe occidentale et en Amérique du Nord. Grâce aux succès de nos innovations, les ventes Grand Public ont atteint en 2024 un niveau supérieur au record de 2021.

2024 a été une année de consolidation en Professionnel, après une année 2023 exceptionnelle par la taille des grands contrats. Les ventes restent sur un niveau historiquement élevé en Café Professionnel, avec une activité courante toujours soutenue.

Ces performances nous permettent de confirmer une marge opérationnelle proche de 10 %, soit un Résultat Opérationnel d'Activité en progression de 10 % environ sur l'année. Ces résultats illustrent la robustesse de notre modèle. Le Groupe continue de se renforcer avec des acquisitions stratégiques ciblées en Grand Public et en Professionnel. »

¹ à tcpc : à taux de change et périmètre constants (= organique)

COMMENTAIRES GENERAUX SUR LES VENTES DU GROUPE

Sur l'ensemble de l'année 2024, le Groupe SEB a réalisé un chiffre d'affaires de 8 266 M€, en croissance organique de 5,0 % (+ 3,2 % en données publiées). Cette performance intègre un effet périmètre de 0,8 % lié aux acquisitions de La San Marco, Pacojet, Forge Adour et Sofilac.

L'effet devises, bien que toujours visible avec une incidence négative de - 2,6 points sur 12 mois (- 205 M€), s'est progressivement atténué en fin d'année (- 38 M€ au 4^e trimestre). Il s'avère par ailleurs deux fois moins marqué qu'en 2023.

2

Au 4^e trimestre, la croissance s'est établie à 3,6 % à tcpc. La division Grand Public a maintenu une dynamique soutenue, tandis que l'activité Professionnelle est restée marquée par une base de comparaison élevée.

Sur 12 mois, le Grand Public a ainsi connu une progression robuste avec des ventes en hausse organique de 6,3 %, atteignant 7 291 M€. Cette performance a été régulière tout au long de l'année et repose sur une croissance organique supérieure à 5 % pour chacun des trimestres.

Dans un environnement géopolitique et macroéconomique complexe, les marchés du Petit Equipement Domestique ont été globalement porteurs, soutenus par les innovations. Sur l'année, le Groupe a confirmé son retour à une croissance solide en Europe occidentale et en Amérique du Nord, tout en poursuivant une progression à 2 chiffres en Europe de l'Est et en Amérique du Sud. En Chine, Supor a poursuivi ses gains de parts de marché, en dépit d'un léger repli de ses ventes annuelles dans un marché encore faible. Supor confirme ainsi son leadership dans ses catégories clés en culinaire. En Asie hors Chine, la zone affiche une légère hausse sur l'année.

Globalement, le Groupe SEB enregistre donc une croissance multi-géographie, avec une forte progression organique de 9 % hors Chine.

Cette dynamique positive se reflète sur l'ensemble des catégories de produits, toutes en croissance en 2024. Cela s'explique particulièrement par la bonne progression des articles culinaires et le succès des innovations déployées, comme les aspirateurs versatiles, les friteuses sans huile, les défroisseurs ou encore les machines à café automatiques.

Les ventes Grand Public ont ainsi dépassé en 2024 le niveau record de 2021, une année caractérisée par le suréquipement lié à la période Covid, confirmant par conséquent les fondamentaux de croissance du marché.

Pour la division Professionnelle, les ventes s'établissent à 975 millions d'euros, soit une hausse de 1,4 % en données publiées et une baisse de 4,5 % en organique, sur une base de comparaison exceptionnellement élevée en 2023 (+ 27 % à tcpc). 2024 reste la deuxième meilleure année historique en termes de chiffre d'affaires pour le Café Professionnel, malgré des livraisons plus faibles au titre des grands contrats. La bonne tenue de l'activité courante, en hausse d'environ 7 %, s'appuie sur une dynamique commerciale soutenue, notamment avec de nouveaux clients au Mexique et en Chine.

L'année 2024 a également été marquée par la poursuite du renforcement stratégique dans le culinaire professionnel avec l'acquisition du Groupe Sofilac en avril, spécialisé dans les équipements de cuisson haut de gamme sous les marques Charvet et Lacanche. Cette stratégie active se poursuit début 2025 avec l'annonce le 22 janvier de l'acquisition de La Brigade de Buyer, qui regroupe les marques De Buyer, Sabatier et 32 Dumas, symboles d'excellence en articles culinaires et coutellerie. La Brigade de Buyer a réalisé un chiffre d'affaires annuel de 66 M€ en 2024, dont la moitié à l'international.

DETAIL DE L'ACTIVITE PAR ZONE GEOGRAPHIQUE - 2024

Chiffres non audités

Ventes en M€	2023	2024	Variation 2024/2023	
			Données publiées	tcpc
EMEA	3 475	3 733	+ 7,4 %	+ 10,2 %
Europe occidentale	2 401	2 531	+ 5,4 %	+ 4,8 %
Autres pays	1 074	1 202	+ 12,0 %	+ 22,5 %
AMERIQUES	1 113	1 170	+ 5,1 %	+ 9,4 %
Amérique du Nord	767	815	+ 6,3 %	+ 7,5 %
Amérique du Sud	345	354	+ 2,6 %	+ 13,5 %
ASIE	2 457	2 388	- 2,8 %	- 0,7 %
Chine	1 966	1 906	- 3,1 %	- 1,4 %
Autres pays	492	483	- 1,8 %	+ 2,0 %
TOTAL Grand Public	7 045	7 291	+ 3,5 %	+ 6,3 %
Professionnel	962	975	+ 1,4 %	- 4,5 %
GROUPE SEB	8 006	8 266	+ 3,2 %	+ 5,0%

Chiffres arrondis en M€ % calculés sur chiffres non arrondis

DETAIL DE L'ACTIVITE PAR ZONE GEOGRAPHIQUE – 4E TRIMESTRE

Chiffres non audités

Ventes en M€	4 ^e trimestre 2023	4 ^e trimestre 2024	Variation 2024/2023	
			Données publiées	tcpc
EMEA	1 192	1 287	+ 7,9 %	+ 10,1 %
Europe occidentale	839	901	+ 7,4 %	+ 7,2 %
Autres pays	353	386	+ 9,2 %	+ 17,1 %
AMERIQUES	335	329	- 1,6 %	+ 4,1 %
Amérique du Nord	232	238	+ 2,7 %	+ 4,9 %
Amérique du Sud	103	91	- 11,3 %	+ 2,4 %
ASIE	682	676	- 0,9 %	- 1,8 %
Chine	536	525	- 2,1 %	- 3,4 %
Autres pays	146	151	+ 3,4 %	+ 4,0 %
TOTAL Grand Public	2 209	2 292	+ 3,7 %	+ 5,5 %
Professionnel	264	249	- 5,9 %	- 12,3 %
GROUPE SEB	2 474	2 541	+ 2,7 %	+ 3,6 %

Chiffres arrondis en M€ % calculés sur chiffres non arrondis

Ventes en M€	2023	2024	Variation 2024/2023		Variation T4 2024/2023	
			Données publiées	tpc	Données publiées	tpc
EMEA	3 475	3 733	+ 7,4 %	+ 10,2 %	+ 7,9 %	+ 10,1 %
Europe occidentale	2 401	2 531	+ 5,4 %	+ 4,8 %	+ 7,4 %	+ 7,2 %
Autres pays	1 074	1 202	+ 12,0 %	+ 22,5 %	+ 9,2 %	+ 17,1 %

EUROPE OCCIDENTALE

Au 4^e trimestre, le Groupe a réalisé en Europe occidentale des ventes en hausse de 7,2 % à tpc (+ 7,4 % en données publiées). Sur l'ensemble de l'année, les ventes ont été en progression organique de 4,8 % (+ 5,4 % en données publiées) dans des marchés globalement porteurs. Ce retour à une croissance dynamique dans la région a notamment été soutenu par la bonne progression des ventes d'articles culinaires ainsi que par le déploiement efficace des innovations du Groupe en Petit Electroménager (cuisson électrique, entretien des sols, machines à café *full autos*...).

La croissance des ventes a été généralisée dans l'ensemble des pays de la zone, et a connu une montée en puissance au cours de l'année. Le second semestre a également bénéficié de l'impact positif du succès des programmes de fidélisation. La dynamique a été particulièrement positive en Europe du Sud, au Benelux et dans les pays nordiques.

Les ventes en France ont affiché une croissance d'environ 7 % en 2024. La bonne dynamique commerciale s'est maintenue tout au long de l'année, tirée par certaines catégories comme les articles culinaires (hors programme de fidélisation), les friteuses sans huiles et les aspirateurs versatiles.

L'Allemagne a connu une année de progression de ses ventes, dans un contexte marqué au début de l'exercice par la réorganisation des équipes commerciales SEB et WMF. Les synergies commerciales ont commencé à porter leurs fruits, se traduisant notamment par de nouveaux référencements et des gains de parts de marché sur des catégories comme les articles culinaires, l'entretien des sols et les machines à café *full autos*.

Enfin, au Royaume-Uni, la tendance des ventes s'est nettement améliorée au second semestre sur un effet de base plus favorable, en dépit d'un marché toujours négatif.

AUTRES PAYS EMEA

Les ventes du Groupe dans les autres pays de la zone EMEA ont connu une forte progression de 17,1 % à tpc au 4^e trimestre (+ 9,2 % en données publiées), s'inscrivant dans une dynamique de croissance organique solide à + 22,5 % sur l'ensemble de l'année (+ 12 % en données publiées). Le différentiel de croissance entre les données à tpc et publiées s'explique en particulier par les dépréciations de la livre turque, du rouble et la livre égyptienne par rapport à l'euro.

En 2024, la performance du Groupe en Europe de l'Est est restée excellente dans des marchés porteurs, en particulier en Pologne et en Roumanie. Le Groupe a poursuivi le lancement de ses innovations dans des catégories très dynamiques (aspirateurs versatiles, friteuses sans huile, défroisseurs, machines à café *full autos* et articles culinaires) et a continué à consolider ses solides positions concurrentielles.

La croissance organique a été également forte en Turquie dans un marché resté bien orienté malgré un environnement macroéconomique complexe et marqué par une devise locale toujours très volatile.

Le Groupe a par ailleurs renforcé sa présence au Moyen-Orient avec la signature au premier semestre d'un partenariat stratégique avec le Groupe Alesayi en Arabie Saoudite, assurant ainsi une forte visibilité de ses produits dans tout le pays.

Ventes en M€	2023	2024	Variation 2024/2023		Variation T4 2024/2023	
			Données publiées	tcpc	Données publiées	tcpc
AMERIQUES	1 113	1 170	+ 5,1 %	+ 9,4 %	- 1,6 %	+ 4,1 %
Amérique du Nord	767	815	+ 6,3 %	+ 7,5 %	+ 2,7 %	+ 4,9 %
Amérique du Sud	345	354	+ 2,6 %	+ 13,5 %	- 11,3 %	+ 2,4 %

AMERIQUE DU NORD

Au 4^e trimestre, les ventes en Amérique du Nord ont progressé de 4,9 % à tcpc et de 2,7 % en données publiées, notamment sous l'effet de la dépréciation du peso mexicain par rapport à l'euro.

Sur 12 mois, l'activité a été solide avec une croissance organique de 7,5 % et de 6,3 % en données publiées, nourries par une tendance favorable aux Etats-Unis et une expansion continue au Mexique.

Aux Etats-Unis, dans un contexte de consommation toujours volatil et un marché peu porteur, le Groupe a renforcé sa position de leader en articles culinaires grâce à ses 3 marques phares : T-fal, All-Clad et Imusa. Les ventes en soin du linge se sont progressivement redressées au fil des mois. Cette dynamique est le fruit des innovations produits apportées par le Groupe, favorisant la montée en gamme, de nouveaux référencements ainsi que l'extension de ses gammes.

Au Mexique, les ventes ont à nouveau été en progression à 2 chiffres sur l'ensemble de l'année, dans un marché toujours dynamique malgré un environnement monétaire moins favorable sur la 2nde partie de l'année. Le Groupe y renforce sa présence sur plusieurs segments, notamment les articles culinaires, les machines à café *full autos* et les ventilateurs. En parallèle, l'extension des gammes se poursuit, avec des lancements réussis dans la cuisson électrique et l'entretien des sols.

Enfin, au Canada, le chiffre d'affaires a renoué avec la croissance en 2024, soutenu par de solides performances en articles culinaires et en soin du linge, sur un effet de base plus favorable.

AMERIQUE DU SUD

Au 4^e trimestre, les ventes en Amérique du Sud ont affiché une croissance de 2,4 % à tcpc (- 11,3 % en données publiées) sur un effet de base exigeant en raison de l'impact positif du phénomène *El Niño* pour les ventilateurs en 2023.

Les ventes annuelles ont ainsi progressé de 13,5 % à tcpc (+ 2,6 % en données publiées) avec une dynamique différente entre le 1^{er} et le 2nd semestre, marquée notamment par cet effet de base, mais également par les dépréciations des principales devises en fin d'année.

En Colombie, le Groupe connaît un momentum toujours très positif et a affirmé sa position de leader du marché en 2024. Hors ventilation, la croissance de ses ventes à 2 chiffres est à la fois alimentée par le renforcement de ses positions concurrentielles dans les catégories les plus importantes (articles culinaires, cuisson électrique, préparation culinaire), mais aussi par de nouveaux lancements (machines à café *full autos*, aspirateurs versatiles).

Les ventes sont restées en hausse sur l'année au Brésil. La demande pour les ventilateurs a largement contribué à la forte dynamique au 1^{er} semestre. Le 2nd semestre a en revanche été plus difficile avec une dépréciation du réal dans un contexte concurrentiel intense.

Ventes en M€	2023	2024	Variation 2024/2023		Variation T4 2024/2023	
			Données publiées	tcp	Données publiées	tcp
ASIE	2 457	2 388	- 2,8 %	- 0,7 %	- 0,9 %	- 1,8 %
Chine	1 966	1 906	- 3,1 %	- 1,4 %	- 2,1 %	- 3,4 %
Autres pays	492	483	- 1,8 %	+ 2,0 %	+ 3,4 %	+ 4,0 %

CHINE

Au 4^e trimestre, les ventes en Chine ont reculé de 3,4 % à tcp, une évolution proche de la tendance observée au 3^e trimestre. Sur l'ensemble de l'année, celles-ci affichent une légère baisse de 1,4 % à tcp, soit - 3,1 % en données publiées, après prise en compte de la dépréciation du yuan face à l'euro sur la période.

Le Groupe a renforcé ses positions en continuant de gagner des parts de marché dans ses principales catégories clés en culinaire, dans un environnement de consommation toujours difficile et un marché faible marqué par une pression promotionnelle soutenue. Supor a poursuivi avec succès le déploiement de ses innovations produits, illustré notamment par de bonnes réalisations en woks, mugs isothermes, cuiseurs vapeur ou défroisseurs.

Supor a ainsi confirmé et consolidé son leadership sur ses catégories clés en culinaire, tant dans la distribution en ligne que dans les magasins physiques.

AUTRES PAYS D'ASIE

Les ventes du Groupe dans les autres pays d'Asie ont enregistré une progression de 4,0 % à tcp au 4^e trimestre, confirmant l'amélioration déjà observée au 3^e trimestre.

Sur l'ensemble de l'année, le chiffre d'affaires a affiché ainsi une hausse organique de 2,0 %, mais une baisse de 1,8 % en données publiées, principalement en raison de la dépréciation du yen et du won face à l'euro.

La situation est restée contrastée dans la région. D'une part, de très bonnes performances ont été enregistrées en Australie, au Vietnam ou en Malaisie, portées par une dynamique positive des parts de marché. Cette croissance repose notamment sur l'élargissement du portefeuille produits (friteuses sans huile, cuiseurs à riz, articles culinaires) et l'expansion des réseaux de distribution, tant en ligne qu'en magasins physiques. À noter également une belle progression sur l'année des ventilateurs au Vietnam.

En revanche, le Japon et la Corée du Sud ont connu une conjoncture moins favorable, marquée par la faiblesse des devises et un niveau de confiance des consommateurs en retrait. Malgré ce contexte, des gains de parts de marché ont été observés dans les articles et ustensiles culinaires, en croissance dans ces deux pays. En Corée du Sud, les aspirateurs versatiles ont également connu une belle performance.

COMMENTAIRES ACTIVITE PROFESSIONNELLE

Ventes en M€	2023	2024	Variation 2024/2023		Variation T4 2024/2023	
			Données publiées	tcp	Données publiées	tcp
Professionnel	962	975	+ 1,3 %	- 4,5 %	- 5,9 %	- 12,3 %

L'activité Professionnelle affiche des ventes annuelles de 975 M€, soit un recul de 4,5 % en organique, sur une base de comparaison exceptionnellement élevée en 2023 (+ 27 %). En données publiées, les ventes sont en croissance de 1,4 % du fait de l'effet périmètre lié aux acquisitions de La San Marco et Pacojet en 2023 et Sofilac en 2024.

Le repli organique reste marqué au 4^e trimestre, à - 12 % à tcp, en amélioration par rapport au T3 (- 22 % à tcp). Comme annoncé, cela reste lié à la base de comparaison du 2nd semestre 2023 et ses forts volumes de livraisons de grands contrats à la fois en Chine et aux Etats-Unis.

2024 est la deuxième meilleure année historique en termes de chiffre d'affaires pour le Café Professionnel. Hors grands contrats, l'activité courante a affiché une hausse d'environ 7 %, conservant sa bonne dynamique, en particulier en Allemagne. L'activité commerciale est restée soutenue sur l'année, notamment grâce à l'acquisition de nouveaux clients au Mexique (*convenience stores*) et en Chine (chaînes de thé), ainsi qu'au développement de nouveaux marchés en Malaisie, à Taïwan et en Europe de l'Est.

L'année 2024 a également été marquée par la poursuite du renforcement stratégique dans le culinaire professionnel avec l'acquisition du Groupe Sofilac en avril, spécialisé dans les équipements de cuisson haut de gamme sous les marques Charvet et Lacanche. Cette stratégie active se poursuit début 2025 avec l'annonce du projet d'acquisition de La Brigade de Buyer, qui regroupe les marques De Buyer et Lion Sabatier, symboles d'excellence en articles culinaires et coutellerie. La Brigade de Buyer a réalisé un chiffre d'affaires annuel de 66 M€ en 2024, dont la moitié à l'international.

PERSPECTIVES

Cette publication solide et conforme aux attentes permet de confirmer une **marge opérationnelle proche de 10 %** sur l'ensemble de l'année 2024. Le Groupe valide ainsi le retour à ses standards de croissance, avec un **ROPA 2024 attendu en progression de 10 % environ**.

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. Ce communiqué de presse peut contenir des données chiffrées arrondies individuellement. Les calculs arithmétiques basés sur des données chiffrées arrondies pourraient présenter des différences avec les sous-totaux.

GLOSSAIRE

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.

Conférence avec le management le 23 janvier à 18h00 CET

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

Replay disponible sur notre site internet
le 23 janvier à partir de 20 h : sur 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	

9

Prochains évènements 2025

27 février avant bourse	<u>Résultats 2024</u>
24 avril après bourse	<u>Ventes et informations financières 1^{er} trimestre 2025</u>
20 mai 14h30	<u>Assemblée Générale</u>
23 juillet après bourse	<u>Ventes et Résultats 1^{er} semestre 2025</u>
23 octobre après bourse	<u>Ventes et informations financières 9 mois 2025</u>

Investisseurs / Analystes

Groupe SEB
Direction Communication Financière et IR

Raphaël Hoffstetter
Guillaume Baron

comfin@groupeseb.com

Tél. +33 (0) 4 72 18 16 04

Presse

Groupe SEB
Direction de la Communication Corporate

Cathy Pianon
Florence Candianides
Marie Leroy

presse@groupeseb.com

Tél. + 33 (0) 6 33 13 02 00
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
cdoligez@image7.fr
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 ■

AIR'T I ALL-CLAD I AMBASSADE DE BOURGOGNE I ARNO I ASIAVINA I CALOR I CHARVET I CLOCK I CURTIS I DASH I EMSA I FORGE ADOUR I HEPP I IMUSA I KAISER I KRAMPOUZ I KRUPS I LACANCHE I LAGOSTINA I LA SAN MARCO I MAHARAJA WHITELINE I MIRRO I MOULINEX I OBH NORDICA I OPEN'COOK I PACOJET I PANEX I ROCHEDO I ROWENTA I SAMURAI I SCHAEERER I SEB I SILIT I SUPOR I T-FAL I TEFAL I UMCO I WEAREVER I WMF I ZUMMO