

RAPPORT FINANCIER SEMESTRIEL
AU 30 JUIN 2011

1.7L
MAX

1L

0.5L

Rowe **fa**
SILVER RT



1	PROFIL ET CHIFFRES CLÉS 2011	1
----------	-------------------------------------	----------

2	RAPPORT DE GESTION 2011	4
	Faits marquants	4
	Activité	6
	Commentaires sur les comptes	9
	Structure financière	9
	Perspectives	10

3	ÉLÉMENTS FINANCIERS 2011	11
	Compte de résultat consolidé	11
	État du résultat global consolidé	11
	Bilan consolidé	12
	Tableau des flux de trésorerie consolidés	13
	Évolution des capitaux propres consolidés	14
	Notes sur les comptes consolidés résumés	15
	Rapport des Commissaires aux comptes sur l'information financière semestrielle 2011	26
	Déclaration de la personne physique responsable du Rapport financier semestriel	27



PROFIL ET CHIFFRES CLÉS 2011

LE GROUPE SEB ACTEUR DE SON TEMPS

Présent dans près de 150 pays, le Groupe SEB a conquis de fortes positions sur les différents continents grâce à une offre produits ample et très diversifiée, valorisée par un portefeuille exceptionnel de marques. Il est aujourd'hui le leader mondial du Petit Équipement Domestique.

Son succès repose sur sa capacité à innover et à inventer la vie quotidienne de demain.

UN GROUPE MULTISPÉCIALISTE

■ ARTICLES CULINAIRES

Poêles, casseroles, faitouts, moules, plats à four, autocuiseurs, cuiseurs à basse pression, ustensiles de cuisine...

■ ÉLECTRIQUE CULINAIRE

Cuisson électrique : friteuses, fours posables, cuiseurs à riz, plaques à induction, autocuiseurs électriques, barbecues, appareils de repas conviviaux, gaufriers, gril-viande, grille-pain, cuiseurs vapeur, machines à pain...

Préparation : robots, batteurs, mixeurs, blenders, centrifugeuses, petits préparateurs, cafetières filtre ou à dosettes, machines espresso, bouilloires électriques, machines à bière...

■ SOIN DE LA MAISON ET DE LA PERSONNE

Soin de la personne : appareils de coiffure et d'épilation, pèse-personnes, appareils de massage des pieds, produits de puériculture (biberons, chauffe-biberons, stérilisateurs, veilleuses...)...

Soin du linge : fers et générateurs de vapeur, machines à laver semi-automatiques, défroisseurs...

Soin de la maison : aspirateurs balais, traîneaux avec ou sans sac, à main et sans fil, ventilateurs, appareils de chauffage et de traitement de l'air...

DES POSITIONS MONDIALES

n° 1 Articles culinaires – Autocuiseurs – Fers et générateurs de vapeur – Bouilloires – Cuiseurs vapeur – Grille-pain – Friteuses – Machines à pain – Repas conviviaux – Pesage (pèse-personnes et balances de cuisine)

n° 2 Machines à café espresso – Fours posables – Gaufriers/croque gaufres

n° 3 Préparateurs culinaires – Épilateurs électriques

UN LEADERSHIP QUI S'APPUIE SUR DES MARQUES À FORTE NOTORIÉTÉ :

- **Marques mondiales** : All-Clad, Krups, Lagostina, Moulinex, Rowenta et Tefal
- **Marques régionales** : Calor/Seb (France et Belgique), T-fal/Mirro/WearEver/AirBake/Regal (Amérique du Nord), Arno/Panex/Rochedo/Penedo/Clock/Samurai/Imusa/Umco (Amérique du Sud), Supor (Chine), Asia Vina (Vietnam).

AU 31 DÉCEMBRE 2010

VENTES
3 652 M€ + 15 %

MARGE
OPÉRATIONNELLE
438 M€ + 23 %

RÉSULTAT NET
220 M€ + 51 %

DETTE FINANCIÈRE
NETTE
131 M€ - 112 M€

INVESTISSEMENTS
140 M€ + 28 %

COLLABORATEURS
23 058 PERSONNES
DANS
LE MONDE

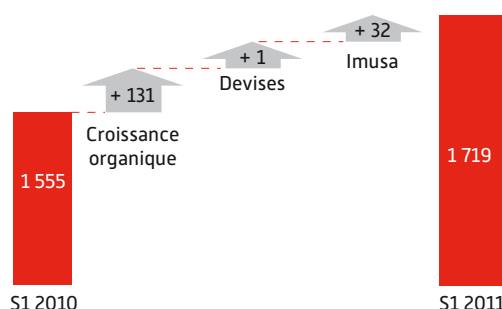
AU 30 JUIN 2011

RÉSULTATS CONSOLIDÉS GROUPE SEB

(en millions d'€)	1 ^{er} semestre 2010	1 ^{er} semestre 2011
Ventes	1 555	1 719
Marge opérationnelle	168	155
Autres produits et charges	(8)	16
Résultat d'exploitation	141	152
Résultat net part du Groupe	89	93

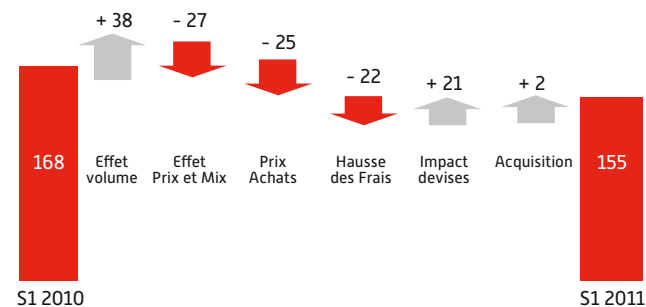
DÉTAIL DE L'ÉVOLUTION DES VENTES SEMESTRIELLES

(en millions d'€)

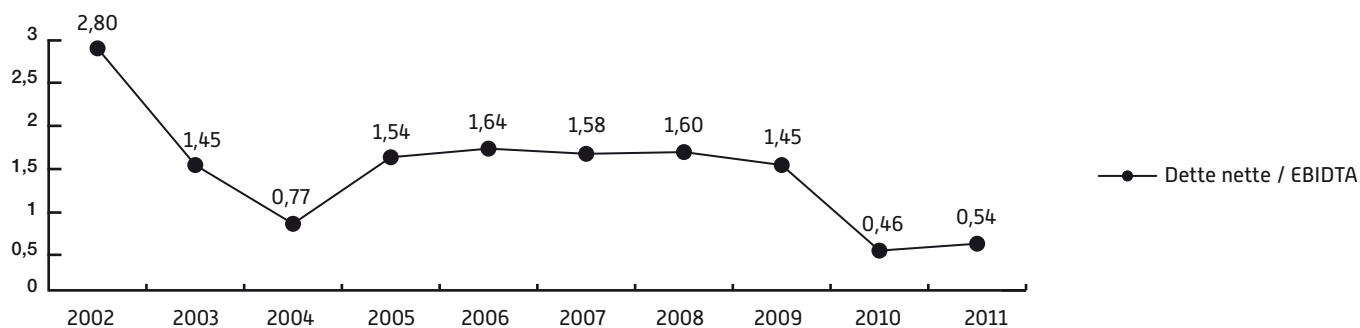
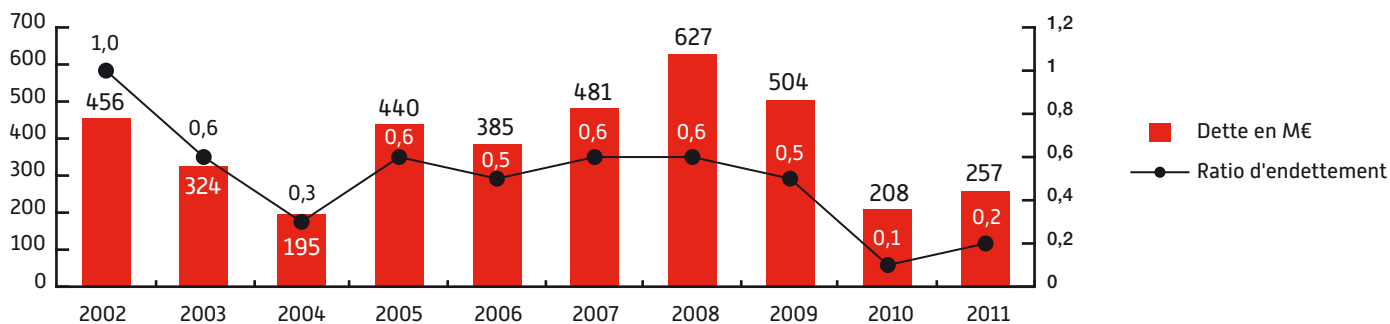


DÉTAIL DE L'ÉVOLUTION DE LA MARGE OPÉRATIONNELLE

(en millions d'€)

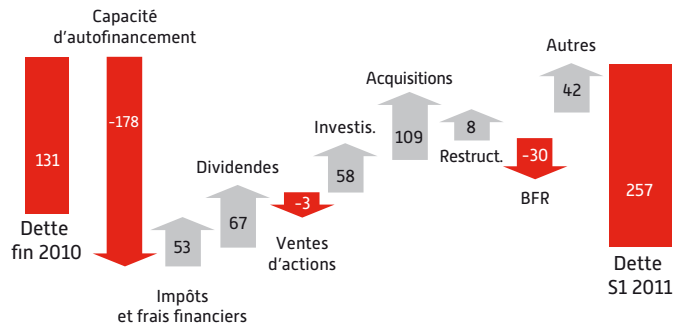


DETTE FINANCIÈRE NETTE AU 30 JUIN



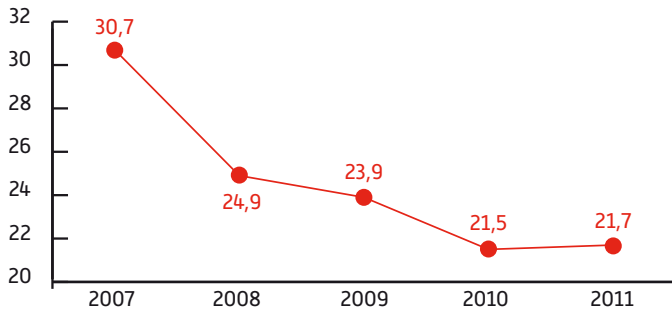
ÉVOLUTION DE L'ENDETTEMENT SUR 6 MOIS

(en millions d'€)

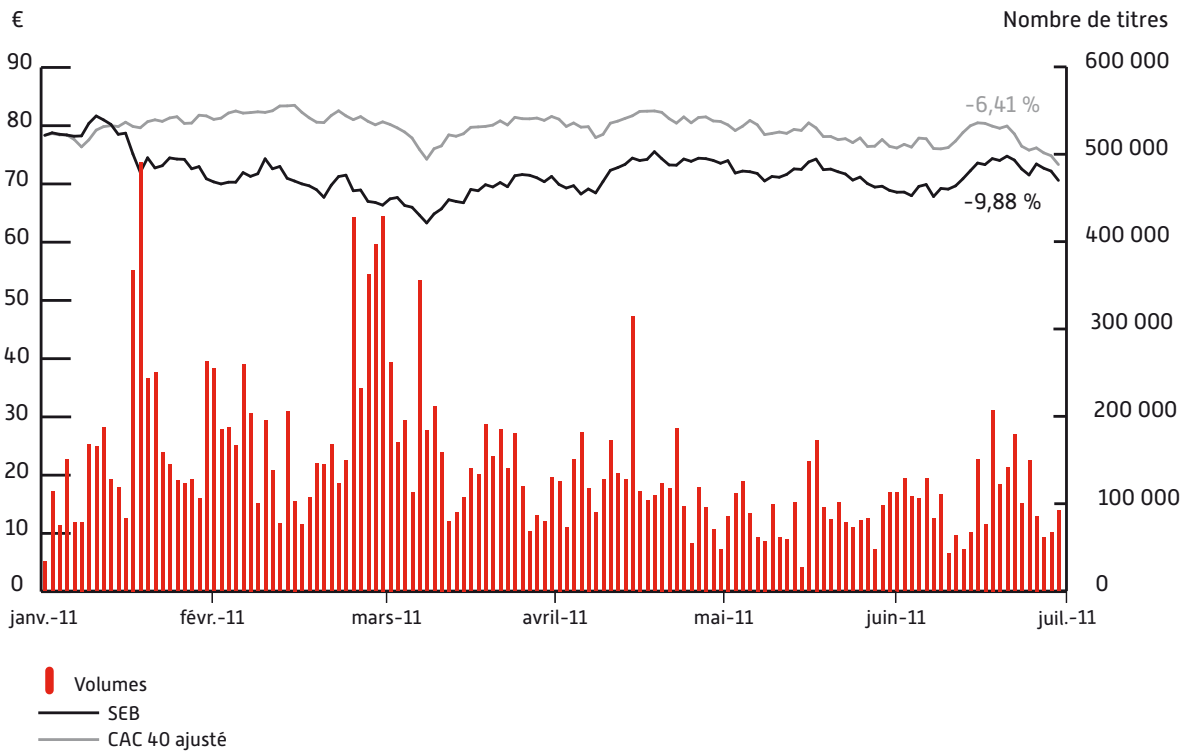


ÉVOLUTION DU BESOIN EN FONDS DE ROULEMENT AU 30 JUIN

(en % des ventes)



COURS DE BOURSE



RAPPORT DE GESTION 2011

FAITS MARQUANTS

ENVIRONNEMENT GÉNÉRAL

L'activité du 1^{er} semestre s'est opérée dans un contexte économique mondial plutôt porteur avec toutefois certains points de vigilance :

- des pays membres de la zone euro économiquement affaiblis (Espagne, Portugal, Grèce et Irlande) et dont la consommation est freinée ;
- des mouvements sociopolitiques d'ampleur dans de nombreux pays arabes qui peuvent avoir une incidence sur le prix du baril de pétrole. Ces événements ont toutefois peu pesé sur les ventes du Groupe (chiffre d'affaires limité au Proche-Orient et au Maghreb) ;
- un marché japonais marqué par les catastrophes qui l'ont atteint et ont impacté la consommation.

Dans cet environnement, le secteur du Petit Équipement Domestique continue à être tiré par une forte demande d'équipement des marchés émergents alors que les marchés matures connaissent un certain ralentissement de la consommation. Cette situation est cependant partiellement compensée par la dynamique de courants porteurs comme le fait-maison, la recherche de cuisson saine et l'application de nouvelles solutions technologiques.

Devises. La volatilité qui a prévalu ces dernières années est restée de mise. Au 1^{er} semestre 2011, sur la base de taux de change moyens, les devises ont connu des évolutions contrastées par rapport aux 6 premiers mois 2010. Certaines devises de fonctionnement du Groupe se sont appréciées par rapport à l'euro comme le real brésilien (+ 4,2 %), le yen (+ 5,5 %), le zloty (+ 1,3 %) tandis que la livre sterling (+ 0,2 %) et le peso mexicain (+ 0,7 %) restaient quasi stables. D'autres, ont en revanche perdu de la valeur : ainsi le dollar (- 5,4 %), la livre turque (- 8,4 %), et dans une bien moindre mesure, le yuan (- 1,3 %) et le won coréen (- 0,8 %). Ces évolutions masquent au demeurant des tendances inverses sur la période : alors que sur le 1^{er} trimestre la quasi-totalité des devises s'était raffermie vis-à-vis de l'euro hormis la livre turque, au 2^e trimestre a contrario l'ensemble des devises s'est déprécié. Cette forte volatilité s'est finalement traduite par un impact quasi nul sur les ventes et un bénéfice plus marqué sur la marge opérationnelle.

Coût des matières premières et transport. L'inflation des coûts des matières premières se poursuit à un rythme élevé au 1^{er} semestre 2011 par rapport à l'année passée. Tous les métaux entrant dans la composition de nos produits se sont fortement renchérissés (cours moyens période) : aluminium + 20 % à 2 554 dollars/t, cuivre + 30 % à 9 420 dollars/t et nickel (composant de l'inox) + 22 % à 25 795 dollars/t. Dans ce contexte très inflationniste, le Groupe a poursuivi sa politique de couverture pour lisser l'impact des hausses tout en mettant en place des plans de productivité ciblés et en pilotant en permanence les achats de matières, de composants et de produits sourcés. Parallèlement, les prix des matières plastiques ont suivi la même tendance haussière (+ 20 % en comparaison avec le 1^{er} semestre 2010) avec un impact dilué sur les pièces et les sous-ensembles pour le Groupe. Cette évolution est liée à l'augmentation du prix du baril de pétrole passant de 79 dollars à 111 dollars (+ 40 %).

Les coûts des transports maritimes sont restés relativement stables, à l'exception du trafic Asie/Europe où la baisse est marquée pour des raisons de surcapacité des containers par rapport à une demande qui ne

se développe pas avec la même amplitude. Les frets aérien et routier sont eux soumis à la surcharge fuel (gas oil) qui tend à les faire augmenter.

ACQUISITION D'IMUSA EN COLOMBIE

Ayant lancé des pourparlers avec les actionnaires d'Imusa en juillet 2010, le Groupe a obtenu en décembre le feu vert des autorités colombiennes qui lui a permis de finaliser l'acquisition de la société colombienne, le 28 février 2011. Imusa fabrique et commercialise des articles culinaires en aluminium, inox et fonte d'aluminium (poêles, casseroles, marmites, cocottes locales « calderos », autocuiseurs...) ainsi que des articles plastiques alimentaires et ménagers (boîtes de conservation, ustensiles de cuisine, thermos...). Sur la base d'un chiffre d'affaires d'environ 90 millions d'euros en 2010, l'entreprise réalise 57 % de son activité sur le marché domestique, 28 % aux États-Unis — premier marché export — et le solde dans d'autres pays d'Amérique Latine. Leader du marché colombien sous ses 2 marques, Imusa et Umco, elle dispose de 2 sites industriels, 2 implantations commerciales (Colombie et États-Unis) et 12 magasins en propre. Elle compte quelque 1 000 salariés. À travers cette acquisition, le Groupe renforce son leadership en Petit Équipement Domestique sur le marché colombien, où il était déjà n° 1 du petit électroménager avec sa marque Samurai. En outre, il complète et déploie sa présence sur plusieurs autres marchés d'Amérique Latine (Venezuela, Amérique centrale, Équateur et Caraïbes) et cible, à travers une offre dédiée, la population hispanique aux États-Unis.

Le processus d'intégration est largement engagé tant en termes de développement produits qu'en matière de production, logistique, systèmes informatiques, *reporting* financier et ressources humaines... Une gamme de produits électriques culinaires développés en synergie avec le Groupe, sera lancée au 2nd semestre 2011 sous marque Imusa.

PRISE DE CONTRÔLE DE LA SOCIÉTÉ VIETNAMIENNE ASIA FAN

Le 12 mai 2011, le Groupe a pris le contrôle de la société vietnamienne Asia Fan, leader national du marché des ventilateurs. Sa participation s'élève à 65 % du capital, 30 % des actions restant entre les mains de la famille fondatrice et 5 % entre celles des salariés. Spécialisé dans la production et la commercialisation de ventilateurs, 1^{re} catégorie de produits du petit électroménager dans le Sud-Est asiatique, Asia Fan est représenté par sa marque ASIAvina à forte notoriété nationale. En 2010, l'entreprise a réalisé des ventes d'environ 11 millions d'euros, en progression de plus de 30 % depuis 2 ans. L'effectif s'élève à 700 personnes. Son activité s'appuie sur 2 sites industriels et 40 magasins en propre. À l'instar de l'acquisition d'Imusa, cette prise de participation s'inscrit dans le cadre d'une stratégie de développement du Groupe dans les pays émergents en plein essor, comme le Vietnam avec un taux de croissance du petit électroménager de 15 à 20 % par an. Elle apporte une activité complémentaire au déploiement de Supor au Vietnam, déjà présent dans le domaine des articles et produits électriques culinaires, et une ouverture sur les autres marchés d'Asie du Sud-Est. Les actions d'intégration se mettent en place.

PROJET DE RENFORCEMENT DE LA PARTICIPATION DANS LA SOCIÉTÉ CHINOISE SUPOR

Courant février 2011, la famille fondatrice Su a manifesté son intention de céder 20 % de plus du capital de la société Supor. Le Groupe SEB, ayant déjà racheté 14,09 % du capital à la famille Su en 2007 et aujourd'hui détenteur de 51,3 %, s'est porté acquéreur de ces 20 % additionnels. Il s'est engagé à acheter 115 450 400 actions au prix de 30 yuans par titre, soit un montant total pour cette opération de 3 464 millions de yuans (environ 371 millions d'euros sur la parité CNY/€ du 30 juin 2011). Le projet a été approuvé par le Conseil d'administration du 16 février et l'Assemblée générale de Supor du 4 mars 2011. Le dossier a été ensuite soumis aux autorisations du MOFCOM (Ministère du Commerce chinois) et de la CSRC (autorité de Bourse chinoise). Le 7 juillet, le MOFCOM a autorisé le Groupe SEB à accroître sa participation au capital de Supor jusqu'à 71,3 %. La procédure d'examen du projet par la CSRC est en cours.

Ce complément d'acquisition a pour objectif de consolider l'investissement stratégique réalisé par le Groupe dans Supor en 2007 et d'assurer le développement à moyen/long terme de l'entreprise sur la base d'un actionnariat solide et stable.

EXTENSION DU SITE DE SUPOR À WUHAN

L'extension de ce site spécialisé dans la production d'articles culinaires à destination du marché domestique chinois a débuté en mai 2010. Elle doit permettre de mieux répondre à la demande et de doubler la capacité de production avec des process et des lignes de production ultramodernes. Wuhan deviendra ainsi le plus grand site industriel asiatique d'ustensiles de cuisine. L'investissement total consacré à cette réalisation depuis son démarrage a représenté 500 millions de yuans soit environ 53 millions d'euros. L'effectif du site s'élève pour l'heure à 1 700 personnes.

PREMIÈRE ÉMISSION OBLIGATAIRE

Le Groupe a lancé, en mai 2011, sa première émission obligataire pour un montant de 300 millions d'euros, avec une durée de 5 ans (échéance le 3 juin 2016) et un coupon annuel de 4,5 %. L'émission a été largement sursouscrite (600 millions d'euros), signe de la confiance des investisseurs et de leur appétence pour ces premières obligations émises. Elle permet au Groupe SEB d'allonger la maturité moyenne de sa dette et de diversifier ses sources de financement, au-delà des lignes de crédit existantes, en bénéficiant au demeurant d'une opportunité intéressante de financement. Les obligations sont admises aux négociations sur Euronext Paris.

CRÉATION D'UN FONDS D'INVESTISSEMENT SEB ALLIANCE

Dans l'optique d'ouvrir sa politique d'innovation à des technologies nouvelles et externes, le Groupe a créé en mai 2011 un fonds d'investissement SEB Alliance, doté d'un capital de 30 millions d'euros. Cette structure ciblera des entreprises innovantes à fort contenu technologique dans des domaines tels que : le vieillissement de la population, la préservation du capital santé, les nouvelles énergies, la robotique, le numérique... SEB Alliance a ainsi réalisé son premier investissement en prenant une participation dans la société américaine Key Ingredient, start-up spécialisée dans le développement de solutions numériques pour la cuisine. L'entreprise a créé en 2008 un service novateur qui permet à une communauté de 40 000 membres de collecter, stocker et partager leurs recettes de cuisine dans un même format numérique sur le site keyingredient.com. Ce patrimoine culinaire est rendu accessible via une application iPad ou Android ou encore avec une tablette tactile dédiée.

ACTIVITÉ DE LA FONDATION GROUPE SEB

Créée en 2007, la Fondation Groupe SEB se mobilise autour de la lutte contre l'exclusion. Elle apporte son soutien à des projets visant à la réinsertion de personnes en difficulté, et ce à travers trois vecteurs : le travail, le logement, l'éducation/formation. En 2010, 48 projets ont reçu le soutien de la Fondation Groupe SEB. Au total, ce sont 141 projets de nature très diverse qui ont ainsi été soutenus depuis sa création (sur plus de 1 000 projets reçus). Pour 2011, le budget de soutien s'élève à 558 000 euros en numéraire et 326 000 euros en dons de produits.

Parmi le réseau des grands partenaires de la Fondation (Habitat et Humanisme, Fondation de la 2^e Chance, Envie, Fondation d'Auteuil, Agence du Don en Nature), un nouveau fait son entrée : le Secours Catholique. Un projet d'équipement en petit électroménager de « petits lieux de vie » a démarré à Caen, à l'initiative de la Fondation Groupe SEB, et est aujourd'hui déployé à l'échelle nationale. Une cinquantaine de lieux d'accueil, répartis dans toute la France, seront ainsi équipés de produits du Groupe.

Au 1^{er} semestre 2011, le Groupe SEB a également mené des actions humanitaires pour soutenir les populations affectées par les catastrophes naturelles. Suite aux événements qui ont frappé le Japon en mars dernier, le Groupe a ainsi versé 168 000 euros à la Croix-Rouge Japonaise, via sa Fondation et ses filiales, et a réalisé un don produits de plus de 420 000 euros. Une collecte a aussi été lancée à travers le monde auprès des salariés. Le montant des dons reversés s'élève à 12 000 euros.

En récompense de ses actions, le Groupe SEB, dans la catégorie « Grande entreprise française », a reçu le trophée « Éthique & Gouvernance » qui vient saluer son investissement dans le développement durable mais également son action pour la lutte contre l'exclusion par le biais de sa Fondation. Ce prix a été décerné, en février 2011, par l'École des Dirigeants et Créateurs d'entreprise (EDC).

ACTIVITÉ

Ventes (en millions d'€)	1 ^{er} semestre 2010	1 ^{er} semestre 2011	Variations en % ^(*)	
			Parités courantes	Périmètre et parités constants
France	297	291	- 2,2 %	- 2,2 %
Autres pays de l'Europe occidentale	323	341	+ 5,8 %	+ 5,8 %
Amérique du Nord	167	172	+ 3,1 %	+ 2,0 %
Amérique du Sud	148	190	+ 27,9 %	+ 9,6 %
Asie Pacifique	357	433	+ 21,5 %	+ 19,6 %
Europe centrale, Russie et autres pays	263	292	+ 11,0 %	+ 12,2 %
TOTAL	1 555	1 719	+ 10,6 %	+ 8,4 %

(*) Calculées sur chiffres non arrondis.

Au 1^{er} semestre 2011, l'environnement macroéconomique est resté globalement favorable mais contrasté avec notamment :

- une bonne tenue de la demande en Europe occidentale, à l'exception de quelques pays comme la Grèce, l'Espagne ou le Portugal ;
- la vitalité continue des marchés émergents ;
- le caractère concurrentiel et promotionnel de la plupart des marchés.

Dans ce contexte, et malgré une base 2010 déjà très élevée, le Groupe SEB a enregistré des ventes de 1 719 millions d'euros, en progression de 10,6 % essentiellement issue des volumes. Ce chiffre inclut une contribution de la société Imusa consolidée depuis le 1^{er} mars, à hauteur de 32 millions d'euros. À périmètre et parités constants, la croissance des ventes s'établit à 8,4 % qui se décomposent en + 11,6 % au 1^{er} trimestre et + 5,4 % au 2^e trimestre, reflétant un ralentissement dans un certain nombre de pays.

Les devises sont restées très volatiles avec in fine un impact sur les ventes quasiment nul, le 2^e trimestre venant annuler l'effet largement positif enregistré sur les 3 premiers mois de l'année.

PERFORMANCE PRODUITS

La politique d'innovation continue à dynamiser l'offre du Groupe. Quelque 90 nouveaux produits et modèles ont été introduits sur nos différents marchés au 1^{er} semestre.

Articles culinaires. L'offre d'entrée de gamme développée fin 2010 et fabriquée en France a connu une très belle progression et a permis de reprendre position sur ce segment. Le cœur de gamme entièrement renouvelé avec la mise en œuvre de nouvelles technologies – revêtement ultra-résistant, fonds renforcés assurant une meilleure diffusion de la chaleur, équipements amovibles – s'implante avec succès sur les marchés européens. Les assortiments haut de gamme d'All-Clad et Lagostina se situent en revanche en léger retrait. En parallèle, Imusa apporte une nouvelle offre produits sur le continent sud-américain et enrichit ses gammes de produits de synergie tels que l'autocuiseur ou les poignées amovibles qui seront introduits au 2nd semestre sur le marché colombien. Dans le même temps, Tefal lancera son cœur de gamme à fond induction en poursuivant son déploiement international.

Électrique culinaire. Ce domaine en forte croissance est porté par le courant du « fait maison ». Il tire son dynamisme de la préparation des aliments avec quelques produits emblématiques comme la multi-râpe Fresh Express, la Moulinette, le hachoir à viande – essentiellement en Russie – et le robot Kitchen Machine principalement au Brésil. La relance de Moulinex dans 9 pays européens a aussi largement contribué à cette

performance. Autre levier de croissance, les machines à café (Nespresso et Dolce Gusto), notamment les modèles Pixie et Piccolo récemment lancés, qui répondent à l'engouement actuel pour le café portionné dans toute sa variété. L'offre Nutrition gourmande avec son porte-drapeau Actifry poursuit son expansion internationale avec un lancement prometteur au Brésil. La gamme Actifry s'enrichit au 2nd semestre de 2 autres versions : en entrée de gamme et en haut de gamme par l'intégration de nouvelles fonctions. Par ailleurs, un modèle de *blender* chauffant Soup & co et un robot compact Masterchef 2000 viennent à l'automne renouveler les gammes de préparation des aliments.

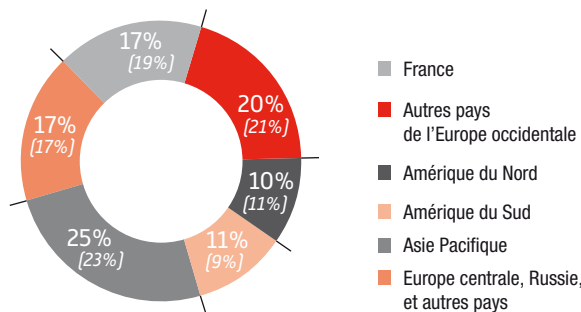
Soin du linge et de la maison. Le développement des générateurs de vapeur sur de nouveaux territoires comme la Turquie et la Russie crée une véritable dynamique dans un marché du repassage atone. Sur les marchés traditionnels, le Groupe renforce ses positions en réalisant des gains de parts de marché grâce aux avancées technologiques (semelles autonettoyantes, collecteur de calcaire, pressing sur roues) et à la performance reconnue de ses produits. En fers vapeur, malgré quelques difficultés ponctuelles, l'activité reste très bien orientée aux États-Unis, au Mexique, en Turquie. Toutefois, la marque Rowenta, très implantée en Europe du Sud, souffre de la morosité de la conjoncture.

Par ailleurs, en entretien de la maison, la performance est remarquable avec des progressions à 2 chiffres s'appuyant sur deux piliers : les aspirateurs balais sans fil Air force et les traîneaux Silence Force. Air Force poursuit avec un grand succès sa conquête de nouveaux marchés, notamment l'Italie et la Turquie. De nouveaux modèles Silence Force Extrême, encore plus silencieux et ergonomiques, viendront encore valoriser l'offre au 2nd semestre. En ventilation, les ventes sont en retrait en raison de mauvaises conditions climatiques en début d'année en Amérique du Sud (Brésil, Colombie). La prise de contrôle de la société vietnamienne Asia Fan élargira le champ d'action du Groupe et lui permettra d'ouvrir de nouvelles perspectives sur les marchés asiatiques.

Soin de la personne. Impacté par la crise de 2008 – 2009, cet univers a retrouvé une certaine croissance tirée notamment par une belle performance en Amérique du Sud. La coiffure a regagné du terrain à travers une offre élargie avec des produits d'entrée de gamme en sèche-cheveux et de cœur de gamme en appareils coiffants. De son côté, l'épilation dynamisée par Aquaperfect (épilation sous l'eau) a réalisé une progression record et a permis au Groupe de reprendre des parts de marché. Les partenariats Elite et Weight Watchers (spécifiquement en pèse-personnes) ont un rôle moteur sur nos différentes gammes qui doit s'amplifier au 2nd semestre. En outre, nous introduisons en septembre une nouvelle catégorie de produits Bien-être : coussin, fauteuil et matelas de massage.

PERFORMANCE GÉOGRAPHIQUE

Présent dans près de 150 pays, le Groupe SEB a réalisé au 1^{er} semestre 2011 des ventes réparties comme suit :



(Chiffres S1 2010).

En France, dans un contexte de léger tassement de la consommation, le marché du petit électroménager est resté globalement favorable au 1^{er} semestre avec toutefois un ralentissement au 2^e trimestre de l'univers électrique culinaire tandis que le marché des articles culinaires demeurait dynamique. L'environnement concurrentiel est resté très vif, tant au plan des produits que sur les prix, relayé par certaines enseignes de la distribution. Dans cet environnement, les ventes du Groupe se sont inscrites en repli de 2,2 % sur le 1^{er} semestre, impactées par des offres promotionnelles en petit électroménager et par une opération de fidélisation concurrente organisée par un de nos clients distributeurs en articles culinaires. L'activité a été toutefois très satisfaisante en petit-déjeuner traditionnel ainsi que sur les cafetières à dosettes Nespresso et Dolce Gusto. Par ailleurs, le succès de l'aspirateur balai Air Force s'est confirmé et le Groupe a gagné des positions. En soin de la personne, même si l'activité est restée difficile, le Groupe enregistre un regain de dynamisme sur quelques produits clés comme les épilateurs, les sèche-cheveux ou les lisseurs. Côté préparation des aliments, le succès de Fresh Express se poursuit, le reste de l'activité préparation des aliments étant en attente de l'introduction de nouveaux produits. En cuisson électrique, l'activité s'est tendue du fait, notamment, d'un historique fort sur Actifry. En soin du linge, le marché en recul impacte principalement les fers vapeur.

Dans les autres pays de l'Europe occidentale, malgré une base de comparaison élevée, le Groupe SEB enregistre une croissance de 5,8 % de ses ventes, avec une contribution positive de tous les marchés – hors Grèce, Espagne et Pays-Bas – et des gains de part de marché à la fois en petit électroménager et en articles culinaires.

En Espagne, l'environnement économique reste très tendu et les difficultés se poursuivent chez certains distributeurs. Le marché du petit équipement domestique est progressivement devenu négatif et les ventes du Groupe sont en recul, mais les parts de marché s'améliorent grâce notamment à une activité favorable en aspirateurs, en générateurs de vapeur, en articles culinaires ou encore avec Nespresso. Fortement impactée par la crise, la Grèce s'inscrit également en recul marqué, dans un marché qui s'effondre. A contrario, dans un marché dégradé, l'activité au Portugal, a bénéficié de la relance de Moulinex. En Italie, le Groupe réalise un bon 1^{er} semestre et surperforme le marché, avec de beaux succès en aspirateurs, avec Fresh Express, avec Nespresso ou encore en soin du linge et de la personne.

En Allemagne, le marché, en croissance, est toutefois très orienté prix et promotions. Malgré les hausses de prix passées récemment, le Groupe enregistre une progression de ses ventes et gagne des parts de marché, avec en particulier une activité soutenue en préparation des aliments – relance de Moulinex –, en machines à café à dosettes Dolce Gusto et Nespresso et en aspirateurs. Même phénomène en Belgique qui réalise également une activité en hausse et renforce ses positions.

Dans le reste de l'Europe du Nord, le Royaume-Uni connaît une très forte dynamique au 1^{er} semestre, même si la base de comparaison est encore favorable, portée par les articles culinaires qui gagnent des référencements, les friteuses, le soin du linge (avec notamment une reprise en fers vapeur) ou encore les cafetières à dosettes Dolce Gusto et Nespresso. En Autriche, les ventes du Groupe sont en hausse, tirées par les générateurs de vapeur et la préparation des aliments, tandis que les Pays-Bas marquent le pas, dans un contexte de marché dégradé, et malgré une activité électrique en croissance. Dans les pays Scandinaves enfin, les ventes progressent de façon significative grâce notamment à la relance de Moulinex.

En Amérique du Nord, dans une conjoncture qui reste molle, le Groupe a enregistré des ventes en croissance de 2,0 % à périmètre et parités constants sur le 1^{er} semestre 2011. Si l'on inclut la contribution de Imusa, les ventes sont en progression de 3,1 % à parités courantes, avec une situation variable selon les pays.

Aux États-Unis, 4^e marché du Groupe, la situation des ménages se normalise progressivement et la consommation se reprend peu à peu, sous l'impulsion du retour au crédit. Toutefois, la reprise reste fragile et les indicateurs macroéconomiques négatifs. Dans ce contexte incertain, le Groupe termine le semestre en croissance. En articles culinaires, l'activité de T-fal est restée bonne malgré un environnement concurrentiel très promotionnel. Positionnée en entrée de gamme, WearEver poursuit son rôle de complément de T-fal et d'occupation du terrain, tandis qu'Emeril bénéficie de ventes soutenues en canal téléshopping. En haut de gamme, le Groupe prépare le lancement des nouvelles gammes inox d'All-Clad et le repositionnement de la marque prévu pour le 2nd semestre, en apurant les stocks. En ce qui concerne Imusa, l'activité a été très dynamique au 1^{er} semestre et le Groupe amorce progressivement les synergies en matière de produits et de réseaux de distribution. En petit électroménager, la présence du Groupe est encore faible mais des avancées ont été réalisées en cuisson électrique portée par les barbecues et les friteuses Emeril. Par ailleurs, l'activité de Krups reste réduite en perspective des lancements du 2nd semestre. En soin du linge, enfin, Rowenta a connu un semestre erratique avec d'un côté un très bon accueil des nouvelles gammes de fers et de l'autre un marché des défroisseurs en net recul.

Le Canada a enregistré un 1^{er} semestre très dynamique, porté par une reprise de la consommation et une politique commerciale plus offensive. Le Groupe bénéficie notamment d'une activité soutenue en articles culinaires et d'un bon développement des ventes en cuisson électrique – friteuses dont Actifry et grille-pain – ainsi que sur Tefal Dolce Gusto.

Au Mexique l'activité est très robuste mais les ventes sont pénalisées par la non-récurrence d'un programme de fidélité réalisé l'an dernier avec un client majeur.

En Amérique du Sud, l'activité est toujours bien orientée avec toutefois un 2^e trimestre plus tendu sur certains marchés. Les ventes du Groupe s'inscrivent ainsi en croissance de 9,6 % à taux de change et périmètre constants. Avec Imusa, la croissance s'établit à + 27,9 %.

Au Brésil, 1^{er} marché du Groupe sur la zone, 3^e au plan mondial, plusieurs phénomènes se sont cumulés. D'un point de vue économique, les mesures gouvernementales pour contrôler l'inflation en augmentant les taux d'intérêt

ont entraîné mécaniquement une baisse du crédit. Parallèlement le real reste à des niveaux élevés ce qui favorise l'importation de produits fabriqués en Chine, au détriment des industries locales. Enfin, la météo défavorable (phénomène La Niña sur l'ensemble de la zone) a eu un impact très négatif sur le marché des ventilateurs. Dans ce contexte, le Groupe a enregistré des ventes en croissance de 9,4 % à parités constantes (+ 12,4 % à parités courantes) qui intègrent pourtant un fort recul en ventilateurs et en préparation des aliments, catégorie particulièrement touchée par l'intrusion des produits chinois à bas prix. Ces difficultés ont été compensées par une activité très dynamique des laveuses, des essoreuses et des fers, par une croissance rapide de Dolce Gusto et par l'élargissement de la distribution en coiffure. Le Groupe a par ailleurs connu un très bon 1^{er} semestre en articles culinaires, avec à la clé un renforcement de ses positions. Il poursuivra au 2nd semestre la stratégie de complémentarité de ses marques et d'animation du marché. Parallèlement, il a largement bénéficié de l'extension de son réseau de distribution en propre.

La Colombie connaît une dynamique économique positive. À périmètre constant, si l'on exclut les ventilateurs, desservis par une mauvaise météo, l'activité du Groupe enregistre une croissance rapide dans toutes les catégories de produits et notamment en préparation des aliments et en soin de la personne. Le Groupe s'appuie par ailleurs sur le déploiement de ses magasins sous enseigne propre. La société Imusa, consolidée depuis le 1^{er} mars, vient renforcer cette dynamique et permettra de dégager rapidement des synergies tant au plan commercial que marketing.

Dans les autres pays de la zone, les situations sont plus contrastées. Au Venezuela, malgré un contexte politique difficile, le Groupe a retrouvé un équilibre local et renoue avec la croissance. Au Chili, dans un contexte économique très porteur, il enregistre un 1^{er} semestre dynamique conjuguant lancements à succès, comme Actifry ou Fresh Express, et réussites des équipes commerciales.

Le point noir de la zone se situe en Argentine, le Groupe ayant enregistré un arrêt brutal de ses ventes en petit électroménager suite aux mesures de blocage des importations de produits électriques prises par le gouvernement. Dans ce contexte, le Groupe s'est appuyé sur les stocks existants et sur son activité articles culinaires, non touchée par ces blocages.

En Asie-Pacifique, les ventes sont en croissance de 21,5 % à parités courantes (+ 19,6 % à parités constantes) et traduisent une progression quasi généralisée des marchés, à l'exclusion du Japon dans une période plus délicate. Sur ce marché, les ventes ressortent stables par rapport au 1^{er} semestre 2010. Le tremblement de terre du 11 mars, et les conséquences qui s'en sont suivies, ont eu un impact majeur sur la consommation et sur les comportements des consommateurs, avec notamment une focalisation des achats sur certaines catégories de produits essentiels (eau minérale, kit de survie, ventilateurs...). Dans ce contexte, le Groupe a maintenu son activité avec en particulier une bonne dynamique en poêles et en préparation des aliments. En Corée, le Groupe termine le semestre en croissance soutenue et gagne des positions notamment dans le domaine du soin des cheveux. Cette dynamique est complétée par le succès de la préparation des aliments (mini-blender dédié au marché ou mixeur plongeant), des cafetières ou encore des grille-pain. En articles culinaires, l'activité marque toutefois le pas face à une concurrence locale agressive. Dans les autres pays d'Asie du Sud-Est, le Groupe poursuit son expansion avec en particulier une activité positive à Hong-Kong, malgré la non-réurrence d'un programme de fidélité, en Thaïlande qui s'inscrit dans une dynamique continue, ou à Singapour.

En Chine, dans un marché du petit équipement domestique toujours très vigoureux, Supor réalise une solide performance au 1^{er} semestre, marquée en particulier par un 1^{er} trimestre très tonique. En articles culinaires, la croissance est tirée par les woks, les poêles, les cuiseurs vapeurs (non électriques) et, dans une moindre mesure, les autocuiseurs très concurrencés par les autocuiseurs électriques. En petit électroménager, la quasi-totalité des catégories est en croissance rapide et Supor gagne des parts de marché. Il enregistre un succès tout particulier des cuiseurs à riz, des plaques à induction, des autocuiseurs électriques et des bouilloires, portés par de nouveaux modèles. L'élargissement du réseau de magasins Supor Lifestores contribue aussi à cette performance.

Enfin, après 2 années difficiles, le Groupe a fortement redressé la situation en Australie. L'activité a été soutenue par le succès du déploiement des produits champions : Actifry bénéficiant d'un soutien publicitaire important et d'une communication virale efficace, l'aspirateur balai Air Force ou encore Fresh Express en Nouvelle-Zélande.

En Europe centrale, Russie et autres pays (Turquie et pays du Moyen-Orient, Afrique...), les indicateurs économiques sont positifs et la reprise confirmée sur de nombreux marchés. Le Groupe réalise ainsi des ventes en croissance de 11 % à parités courantes et de 12,2 % à parités constantes.

En Russie, 5^e marché du Groupe, le contexte économique est favorable et la consommation s'accélère progressivement. La situation dans la distribution s'est assainie même si les concentrations observées récemment apportent une pression accrue sur les conditions commerciales. Sur le semestre, le Groupe enregistre une hausse soutenue de son activité et gagne des positions, dans un marché dynamique, confortant ainsi sa place de leader. Le soin de la personne – sèche-cheveux et lisseurs –, les aspirateurs, la préparation des aliments (hachoirs) et Nespresso ont plus particulièrement été les moteurs de cette croissance. En Ukraine, la consommation est très tonique et le marché a été très bien orienté au 1^{er} semestre. Dans ce contexte, le Groupe a surperformé le marché et enregistre des ventes en croissance forte tirée par les aspirateurs, les articles culinaires, les machines à pain, les yaourtières ou encore par Dolce Gusto. En Pologne, la reprise économique s'est confirmée et le contexte de marché a été favorable, quoique très concurrentiel et promotionnel. Le Groupe réalise une croissance soutenue de ses ventes sous l'impulsion des articles culinaires, de la préparation des aliments, de l'aspirateur Air Force ou encore de Dolce Gusto, bénéficiant d'un soutien publicitaire accru. Dans le reste de l'Europe centrale, on constate une certaine atonie des marchés et de la consommation avec pour conséquence un durcissement des exigences des distributeurs (gestion des stocks ou conditions commerciales). Le Groupe reste toutefois un acteur de poids notamment par la mise en place de plusieurs programmes de fidélité contribuant positivement à ses ventes.

En Turquie, le contexte est positif mis à part un ralentissement au 2^e trimestre. Sur le semestre, les ventes se sont inscrites en croissance forte malgré l'inflation, la dépréciation de la livre turque et le maintien de mesures protectionnistes. Le Groupe s'appuie à la fois sur la puissance de ses marques et sur sa large implantation commerciale, notamment à travers ses Tefal Shops. Dans le reste du Proche et Moyen Orient, les crises politiques ont eu un impact limité sur les ventes du Groupe. Faiblement présent dans les pays les plus touchés, il a par ailleurs bénéficié d'une activité soutenue en Arabie Saoudite, portée notamment par la préparation des aliments Moulinex, Actifry, les fers et le soin de la personne introduit en fin de période.

COMMENTAIRES SUR LES COMPTES

Le 1^{er} semestre 2011 a bénéficié d'un environnement général plutôt porteur, mais a été marqué par un certain ralentissement économique au fil des mois, qui s'est concrétisé par une consommation plus modérée dans un certain nombre de pays – essentiellement des marchés développés – au 2^e trimestre, après un début d'année particulièrement tonique. Pour le Groupe, l'activité des 6 premiers mois n'est pas représentative de l'ensemble de l'année, du fait de la forte saisonnalité des ventes au 4^e trimestre calendaire induite par les fêtes. Pour autant, elle est restée en croissance solide sur la période, malgré un historique 2010 déjà très élevé. Au plan des devises, la volatilité est toujours de mise, avec in fine un effet sur les ventes quasiment nul, le 2^e trimestre venant annuler l'effet positif enregistré sur les 3 premiers mois de l'année.

La marge opérationnelle s'établit pour les 6 premiers mois 2011 à 155 millions d'euros (168 millions d'euros et 106 millions d'euros au 1^{er} semestre 2010 et 2009, respectivement), représentant 9 % des ventes contre 10,8 % au 30 juin 2010 et 7,7 % à fin juin 2009.

Par rapport au niveau exceptionnellement élevé atteint à fin juin 2010, ce résultat et ce taux de 9 % constituent une bonne performance pour un 1^{er} semestre.

Dans des marchés contrastés, nous avons ajusté de façon ciblée notre politique commerciale en pilotant la croissance dans une optique annuelle à travers notamment le renforcement de nos investissements en moyens moteurs. Cette approche se traduit dans la marge opérationnelle par :

- un effet volume positif de 38 M€, qui traduit des gains de parts de marché et a permis une forte activité industrielle et une bonne absorption des coûts de production ;
- un effet mix-prix en retrait de 27 M€ qui efface les hausses de prix réalisées et reflète à la fois des marchés plus promotionnels, une adaptation des prix de vente dans certains pays ainsi que l'effet de la dynamique des nouvelles économies sur le mix ;
- un renforcement de 22 M€ des investissements en innovation, publicité et marketing (notamment pour la relance de la marque Moulinex en Europe) ainsi que pour le développement de notre réseau de magasins.

Par ailleurs, un surcoût de 25 M€, issu du renchérissement des métaux et des plastiques, est venu impacter nos achats directs de production ainsi que les produits externalisés. Cette hausse est partiellement compensée par un effet devises de +21 M€ qui inclut notamment l'impact favorable sur les achats de la dépréciation du dollar face à l'euro.

L'effet périmètre provenant de la consolidation d'Imusa depuis le 1^{er} mars s'établit à 2 millions d'euros, tandis que la société vietnamienne Asia Fan ne sera intégrée qu'au second semestre.

Le résultat d'exploitation atteint 152 millions d'euros à fin juin, contre 141 millions d'euros au 1^{er} semestre 2010. L'écart entre les deux périodes s'explique essentiellement par un différentiel significatif sur le poste « Autres produits et charges » qui passe de - 8 millions d'euros à + 16 millions d'euros. L'origine en est la quasi-absence de charges de restructuration sur les 6 premiers mois de 2011 ainsi que la prise en compte d'une plus value substantielle (14 millions d'euros) sur la cession d'un terrain au Brésil, dont la réalisation a pu être finalisée en début d'exercice. Par ailleurs, l'intéressement et la participation s'élevèrent à 19 millions d'euros, en ligne avec le 1^{er} semestre 2010.

Le résultat financier, à - 7 millions d'euros, est inchangé par rapport au 1^{er} semestre 2010, l'impact favorable lié à la diminution de la dette moyenne (178 millions d'euros contre 195 millions d'euros il y a un an) étant « compensé » par un accroissement du taux moyen de financement. Celui-ci, net de l'impact mathématique défavorable de la trésorerie de Supor sur le calcul du taux, s'est élevé à 5,41 % au 1^{er} semestre 2011 (4,84 % sur le 1^{er} semestre 2010).

Le résultat net après impôt s'établit à 93 millions d'euros (89 millions d'euros au 30 juin 2010), après une charge d'impôt de 38 millions d'euros, correspondant à un taux de 26,2 %, comparable à celui de l'an dernier. Le résultat net s'entend également après déduction de la part des intérêts minoritaires (Supor) qui s'élève à 13 millions d'euros, contre 10 millions d'euros au 1^{er} semestre 2010, traduisant la progression marquée de l'activité en Chine.

STRUCTURE FINANCIÈRE

Au 30 juin 2011, le Groupe affiche un bilan solide et une situation financière saine et confortable.

Les capitaux propres du Groupe s'élevèrent à fin juin à 1 561 millions d'euros, quasiment stables par rapport aux 1 571 millions d'euros du 31 décembre 2010. Cette stabilité résulte de divers facteurs dont les impacts sont pourtant opposés :

- une contribution positive du résultat du semestre ;
- des écarts de conversion négatifs pour 54 millions d'euros issus de l'impact de la dépréciation des devises sur les fonds propres de plusieurs filiales, les effets les plus significatifs concernant la Chine et la Turquie ;
- le paiement des dividendes (67 millions d'euros décaissés au total) ;
- des ventes d'actions SEB auto-détenues pour 3 millions d'euros pour couvrir l'exercice de stock-options (236 443 actions concernées).

Parallèlement, **la dette financière nette** s'élève au 30 juin 2011 à 257 millions d'euros (208 millions d'euros à fin juin 2010), contre 131 millions d'euros à fin décembre 2010, soit une augmentation de 126 millions d'euros sur les 6 premiers mois de l'année. Cette évolution est à mettre au compte de mouvements divers. Parmi les éléments positifs, la capacité d'autofinancement dégagée, l'amélioration du besoin en fonds de roulement à hauteur d'une trentaine de millions d'euros, le produit de la cession d'un terrain au Brésil et des ventes d'actions propres. Parmi les décaissements : au-delà des impôts, frais financiers et dividendes payés ainsi que des investissements réalisés (58 millions d'euros), s'ajoutent les acquisitions d'Imusa et d'Asia Fan. Dans ces conditions, le ratio d'endettement s'établit à 16,5 % contre 8 % à fin décembre 2010. Le ratio dette/EBITDA, qui reflète la capacité du Groupe à se désendetter, passe de 0,28 au 31 décembre 2010 à 0,54 au 30 juin 2011. Le Groupe reste donc dans une configuration financière saine et solide, avec une architecture encore davantage diversifiée et rallongée suite à l'émission obligataire réalisée en mai.

PERSPECTIVES

Dans un environnement général plutôt bien orienté, quoique contrasté selon les marchés, le Groupe SEB a réalisé, au 1^{er} semestre 2011, des performances très satisfaisantes alors même que l'historique 2010 était particulièrement exigeant. Ainsi, **le Groupe SEB a conforté ses positions sur les marchés, réalisé une forte croissance organique de ses ventes et maintenu un niveau solide de marge opérationnelle**, malgré un retrait par rapport à un 1^{er} semestre 2010 historiquement élevé. Il est important de rappeler que le 1^{er} semestre n'est pas représentatif de l'ensemble de l'exercice et que les performances réalisées sur les 6 premiers mois ne peuvent être extrapolées sur l'année pleine du fait de la forte saisonnalité des ventes et des résultats sur le dernier quadrimestre calendaire.

Pour les mois à venir, le Groupe n'anticipe pas de changement marqué de conjoncture, la situation restant vraisemblablement contrastée entre une certaine tenue de la demande dans la plupart des marchés matures et la vitalité de la consommation dans les pays émergents. Le caractère concurrentiel et promotionnel des marchés demeurera cependant certainement un facteur largement transversal. Par ailleurs, le renchérissement des matières premières devrait se poursuivre, avec pour le Groupe un impact sur ses achats, notamment de métaux et de plastiques, malgré les couvertures mises en place sur l'aluminium, le cuivre et le nickel. Les devises, quant à elles, seront sans doute encore marquées par une forte volatilité, qui prévaut déjà depuis plusieurs années et se décline à la fois au plan géographique et temporel. Le Groupe devrait continuer à bénéficier dans ses achats de l'affaiblissement du dollar face à l'euro, s'il se poursuit, tant sur les matières que sur les produits externalisés.

Dans ces conditions, le Groupe SEB vise **une nouvelle progression de son chiffre d'affaires**, qui sera alimentée par :

- **la croissance organique** issue de la dynamique produits à travers le lancement sur l'année de plus de 250 nouveaux produits et modèles ; de l'effet de la relance de Moulinex en Europe ; d'une activité robuste dans les pays émergents ; de gains de parts de marché ;
- **la croissance externe**, avec les contributions d'Imusa sur 10 mois et d'Asia Fan sur 6 mois.

L'amélioration de la marge opérationnelle en valeur trouvera son origine dans la croissance organique, qui constitue le premier levier, ainsi que dans la gestion adaptée des prix de vente en tenant compte des prix d'achat, du niveau d'absorption des coûts industriels et de l'évolution des parités. Le Groupe, comme à l'accoutumée, assurera un pilotage serré de tous les coûts, et poursuivra notamment les actions engagées en matière d'achats indirects. Pour autant, il ne sacrifiera pas ses investissements en innovation ou en moyens moteurs de marché (commerciaux, marketing et publicitaires).

La structure financière du Groupe restera saine et solide du fait du désendettement important réalisé ces dernières années, d'une architecture des financements diversifiée et d'un rallongement de la maturité de la dette. Elle laisse une marge de manœuvre financière significative, qui devrait permettre au Groupe de saisir d'éventuelles opportunités d'acquisitions.

Si la prudence reste de mise, c'est avec confiance que le Groupe SEB aborde la deuxième partie de l'année et vise la poursuite de la croissance de ses ventes et la progression de sa marge opérationnelle en valeur pour 2011.

ÉLÉMENTS FINANCIERS 2011

Comptes consolidés résumés au 30 juin 2011

COMPTE DE RÉSULTAT CONSOLIDÉ

<i>(en millions d'€)</i>	30/06/2011 6 mois	30/06/2010 6 mois	31/12/2010 12 mois
Produits des activités ordinaires (note 3)	1 719,4	1 555,1	3 651,8
Frais opérationnels (note 4)	(1 564,3)	(1 387,2)	(3 213,9)
MARGE OPÉRATIONNELLE	155,1	167,9	437,9
Intéressement et participation (note 5)	(19,1)	(18,5)	(50,4)
RÉSULTAT OPÉRATIONNEL COURANT	136,0	149,4	387,5
Autres produits et charges d'exploitation (note 6)	15,7	(8,0)	(38,5)
RÉSULTAT D'EXPLOITATION	151,7	141,4	349,0
Coût de l'endettement financier (note 7)	(6,4)	(6,4)	(12,0)
Autres produits et charges financiers (note 7)	(0,6)	(0,6)	(3,9)
Résultat des entreprises associées	0,0	0,0	0,0
RÉSULTAT AVANT IMPÔT	144,7	134,4	333,1
Impôt sur les résultats (note 8)	(37,9)	(35,3)	(89,5)
RÉSULTAT NET	106,8	99,1	243,6
Part des minoritaires	(13,4)	(9,8)	(23,2)
RÉSULTAT NET REVENANT À SEB S.A.	93,3	89,3	220,4
RÉSULTAT NET REVENANT À SEB S.A. PAR ACTION (EN UNITÉS)			
Résultat net de base par action	1,94	1,89	4,65
Résultat net dilué par action	1,89	1,86	4,55

Les notes 1 à 14 sur les comptes consolidés font partie intégrante des états financiers.

ÉTAT DU RÉSULTAT GLOBAL CONSOLIDÉ

<i>(en millions d'€)</i>	30/06/2011 6 mois	30/06/2010 6 mois	31/12/2010 12 mois
RÉSULTAT NET AVANT PART DES MINORITAIRES	106,8	99,1	243,6
Écarts de conversion	(54,0)	162,9	111,6
Couvertures des flux de trésorerie futurs	(2,7)	(2,5)	7,6
GAINS ET PERTES ENREGISTRÉS EN CAPITAUX PROPRES	(56,7)	160,4	119,2
TOTAL DES GAINS ET PERTES	50,1	259,5	362,8
Part des minoritaires	(3,3)	(35,3)	(39,0)
TOTAL DES GAINS ET PERTES, PART DU GROUPE	46,8	224,2	323,8

BILAN CONSOLIDÉ

ACTIF			
<i>(en millions d'€)</i>	30/06/2011	30/06/2010	31/12/2010
Goodwill	417,8	450,4	409,1
Autres immobilisations incorporelles	414,0	416,3	398,7
Immobilisations corporelles	448,9	426,3	426,5
Participations dans les entreprises associées	0,0	0,0	0,0
Autres participations	11,6	0,5	0,6
Autres actifs financiers non courants	8,6	8,0	7,9
Impôts différés	50,0	60,0	40,2
Autres actifs non courants	7,7	6,7	4,2
Instruments dérivés actifs non courants	0,0	0,3	2,5
ACTIFS NON COURANTS	1 358,6	1 368,5	1 289,7
Stocks et en-cours	752,7	641,4	635,5
Clients	506,2	464,6	733,9
Autres créances courantes	63,4	58,5	59,4
Impôt exigible	35,4	6,8	26,8
Instruments dérivés actifs courants	10,0	2,0	14,1
Trésorerie et équivalents de trésorerie (note 11)	475,0	226,2	236,6
ACTIFS COURANTS	1 842,7	1 399,5	1 706,3
TOTAL ACTIF	3 201,3	2 768,0	2 996,0
PASSIF			
<i>(en millions d'€)</i>	30/06/2011	30/06/2010	31/12/2010
Capital	50,0	50,0	50,0
Réserves consolidées	1 398,7	1 311,1	1 409,9
Actions propres (note 9)	(55,7)	(82,6)	(61,7)
CAPITAUX PROPRES GROUPE	1 392,9	1 278,5	1 398,2
INTÉRÊTS MINORITAIRES	168,5	169,4	173,1
CAPITAUX PROPRES DE L'ENSEMBLE CONSOLIDÉ	1 561,4	1 447,9	1 571,3
Impôts différés	64,1	61,0	54,9
Provisions non courantes (note 10)	120,2	115,9	120,0
Dettes financières non courantes (note 11)	536,6	201,2	201,8
Autres passifs non courants	26,3	25,0	23,7
Instruments dérivés passifs non courants	0,7	1,9	0,3
PASSIFS NON COURANTS	747,9	405,0	400,7
Provisions courantes (note 10)	57,3	75,6	78,3
Fournisseurs	409,3	385,9	494,4
Autres passifs courants	184,5	186,6	250,8
Impôt exigible	35,2	20,3	24,6
Instruments dérivés passifs courants	7,6	15,9	5,8
Dettes financières courantes (note 11)	198,1	230,8	170,1
PASSIFS COURANTS	892,0	915,1	1 024,0
TOTAL PASSIF	3 201,3	2 768,0	2 996,0

Les notes 1 à 14 sur les comptes consolidés font partie intégrante des états financiers.

TABLEAU DES FLUX DE TRÉSORERIE CONSOLIDÉS

(en millions d'€)	30/06/2011 6 mois	30/06/2010 6 mois	31/12/2010 12 mois
RÉSULTAT NET REVENANT À SEB S.A.	93,3	89,3	220,4
Amortissements et dotations aux provisions sur immobilisations	48,4	47,8	117,6
Variation des provisions	(21,4)	(12,7)	(4,2)
Pertes et gains latents sur instruments financiers	4,7	3,0	(8,4)
Charges et produits liés aux stock-options	2,8	3,2	6,2
Plus ou (moins) values sur cessions d'actifs	(14,3)	0,0	1,8
Autres éléments	(0,2)	(0,1)	0,0
Résultat part des minoritaires	13,4	9,8	23,2
Charge d'impôt (exigible et différé)	37,9	35,4	89,4
Coût de l'endettement financier net	7,6	6,4	12,0
CAPACITÉ D'AUTOFINANCEMENT ^(a)	172,2	182,1	458,0
Variation des stocks et en-cours	(119,2)	(127,5)	(138,6)
Variation des clients	226,9	205,9	(67,4)
Variation des fournisseurs	(77,6)	(44,5)	82,1
Variation autres dettes et autres créances	(68,6)	(22,1)	35,0
Impôts versés	(45,0)	(45,3)	(100,9)
Intérêts versés	(7,6)	(6,4)	(12,0)
TRÉSORERIE PROVENANT DE L'EXPLOITATION	81,1	142,2	256,2
Encaissements sur cessions d'actifs	23,9	7,3	20,9
Investissements corporels	(53,7)	(52,3)	(120,6)
Investissements logiciels et incorporels	(13,9)	(7,7)	(20,2)
Autres investissements financiers	(0,3)	0,1	0,3
Acquisitions (nettes de la trésorerie des sociétés acquises)	(53,1)	0,0	0,0
Incidence des autres variations de périmètre	0,0	0,0	0,0
TRÉSORERIE AFFECTÉE À DES OPÉRATIONS D'INVESTISSEMENT	(97,1)	(52,6)	(119,6)
Variation de la dette financière non courante	336,7	(99,9)	(99,3)
Variation de la dette financière courante	(29,5)	(19,9)	(80,1)
Augmentations de capital (y compris minoritaires)	0,0	0,0	0,0
Mouvements sur actions propres	3,2	18,9	33,4
Dividendes versés (y compris minoritaires)	(66,8)	(55,9)	(55,9)
TRÉSORERIE AFFECTÉE À DES OPÉRATIONS DE FINANCEMENT	243,6	(156,8)	(201,9)
Incidence des variations de taux de change	10,8	(14,3)	(5,8)
VARIATION DE LA TRÉSORERIE NETTE	238,4	(81,6)	(71,2)
Trésorerie en début d'exercice	236,6	307,8	307,8
Trésorerie en fin d'exercice	475,0	226,2	236,6

(a) Avant coût de l'endettement financier net et impôt.

ÉVOLUTION DES CAPITAUX PROPRES CONSOLIDÉS

<i>(en millions d'€)</i>	Capital	Primes	Réserves consolidées	Écart de conversion	Actions propres	Capitaux propres part du Groupe	Intérêts minoritaires	Capitaux propres de l'ensemble consolidé
AU 1^{ER} JANVIER 2010	50,0	78,9	1 022,7	38,5	(108,8)	1 081,3	138,8	1 220,1
Résultat net de la période			89,3			89,3	9,8	99,1
Gains et pertes enregistrés en capitaux propres			(2,5)	137,3		134,8	25,5	160,3
TOTAL DES GAINS ET PERTES			86,8	137,3		224,1	35,3	259,4
Distribution de dividendes			(51,2)			(51,2)	(4,7)	(55,9)
Augmentation de capital								
Mouvements actions propres					26,2	26,2		26,2
Plus (moins)-values après impôt sur cessions d'actions propres			(4,8)			(4,8)		(4,8)
Option de souscription ou d'achat d'actions			3,2			3,2		3,2
Autres mouvements			(0,3)			(0,3)		(0,3)
AU 30 JUIN 2010	50,0	78,9	1 056,4	175,8	(82,6)	1 278,5	169,4	1 447,9
Résultat net de la période			131,1			131,1	13,4	144,5
Gains et pertes enregistrés en capitaux propres			10,1	(41,5)		(31,4)	(9,7)	(41,1)
TOTAL DES GAINS ET PERTES			141,2	(41,5)	0,0	99,7	3,7	103,4
Distribution de dividendes								
Augmentation de capital								
Mouvements actions propres					20,9	20,9		20,9
Plus (moins)-values après impôt sur cessions d'actions propres			(4,2)			(4,2)		(4,2)
Option de souscription ou d'achat d'actions			3,0			3,0		3,0
Autres mouvements			(1,1)	1,4		0,3		0,3
AU 31 DÉCEMBRE 2010	50,0	78,9	1 195,3	135,7	(61,7)	1 398,2	173,1	1 571,3
Résultat net de la période			93,3			93,3	13,4	106,8
Gains et pertes enregistrés en capitaux propres			(2,7)	(43,8)		(46,5)	(10,2)	(56,7)
TOTAL DES GAINS ET PERTES			90,6	(43,8)	0,0	46,8	3,3	50,1
Distribution de dividendes			(58,4)			(58,4)	(8,1)	(66,5)
Augmentation de capital						0,0		0,0
Mouvements actions propres					5,9	5,9		5,9
Plus (moins)-values après impôt sur cessions d'actions propres			(1,8)			(1,8)		(1,8)
Option de souscription ou d'achat d'actions			2,8			2,8		2,8
Autres mouvements			(0,7)			(0,7)	0,2	(0,5)
AU 30 JUIN 2011	50,0	78,9	1 227,9	91,9	(55,8)	1 392,9	168,5	1 561,4

NOTES SUR LES COMPTES CONSOLIDÉS RÉSUMÉS

CHIFFRES AU 30 JUIN 2011 EN MILLIONS D'EUROS

Le Groupe SEB, composé de SEB S.A. et de ses filiales, est l'un des leaders mondiaux de la conception, fabrication et commercialisation des articles culinaires et de petit équipement électroménager : autocuiseurs, machines à café, bouilloires et préparateurs culinaires, fers et générateurs vapeur, aspirateurs, notamment.

La société SEB S.A. a son siège social Chemin du Petit-Bois à Écully (69130) et est cotée sur le marché Eurolist d'Euronext-Paris (code ISIN : FR0000121709).

Les comptes consolidés résumés du premier semestre 2011 ont été arrêtés par le Conseil d'administration du 22 juillet 2011.

NOTE 1 PRINCIPES COMPTABLES

Les états financiers consolidés résumés au 30 juin 2011 ont été établis conformément à la norme IAS 34 relative à l'information financière intermédiaire.

S'agissant de comptes résumés, ils n'incluent pas toute l'information requise par le référentiel IFRS pour l'établissement des états financiers annuels et doivent donc être lus en relation avec les états financiers consolidés du Groupe au titre de l'exercice clos le 31 décembre 2010 qui figurent dans le Document de référence déposé auprès de l'Autorité des marchés financiers (« AMF ») le 7 avril 2011. Ce document est consultable sur les sites du Groupe (www.groupeseb.com) et de l'AMF (www.amf-france.org) et il peut être obtenu auprès du Groupe à l'adresse indiquée ci-dessus.

Les principes comptables retenus pour la préparation des comptes consolidés intermédiaires résumés sont conformes aux normes et interprétations IFRS telles qu'adoptées par l'Union européenne et applicables au 30 juin 2011, qui sont disponibles sur le site internet de la Commission européenne (http://ec.europa.eu/internal_market/accounting/ias/index_fr.htm).

Ces principes comptables sont identiques à ceux appliqués pour l'établissement des états financiers consolidés annuels de 2010 à l'exception de l'impôt sur les résultats, de l'intéressement et de la participation qui sont déterminés sur la base d'une projection de l'exercice (note 8 – Impôt

sur les résultats et note 5 – Intéressement et participation). En outre, la comparabilité des comptes semestriels et annuels peut être affectée par la nature saisonnière des activités du Groupe qui réalise sur le second semestre un volume d'affaires supérieur à celui du premier semestre.

L'application obligatoire depuis le 1^{er} janvier 2011 des normes, amendements et interprétations suivants est sans impact significatif sur les états financiers du Groupe :

- IAS 24 révisée – Informations à fournir sur les parties liées ;
- Amendement IAS 32- Classification des droits de souscription ;
- Amendement IFRS 1- Exemptions relatives aux informations à fournir au titre d'IFRS 7 ;
- Amendement IFRIC 14 – Paiements anticipés des exigences de financement minimal ;
- IFRIC 19 : Extinction des passifs financiers au moyen d'instruments de capitaux propres.

Les normes et interprétations d'application facultative au 30 juin 2011 n'ont pas été appliquées par anticipation. Le Groupe n'anticipe toutefois pas d'impacts significatifs liés à l'application de ces nouveaux textes.

NOTE 2 ÉVOLUTION DU PÉRIMÈTRE DE CONSOLIDATION

2.1 IMUSA

L'acquisition d'Imusa s'est finalisée le 28 février 2011 par la réussite de l'Offre Publique d'Achat et le retrait de la cote du marché colombien de cette société. Au 28 février 2011, le Groupe SEB détenait ainsi près de 99 % des actions du groupe colombien.

Présentation de la société

Imusa, spécialisée dans le petit équipement domestique, fabrique et commercialise des articles culinaires (représentant 2/3 de ses ventes) ainsi que des produits plastiques alimentaires et ménagers. Elle détient des positions de premier rang en Colombie tout en déployant son activité au-delà de ses frontières domestiques, notamment vers d'autres pays d'Amérique Latine et aux États-Unis. Avec près de 1 000 collaborateurs, IMUSA dispose de deux sites de fabrication en Colombie à Copacabana et Rionegro et d'une dizaine de magasins répartis sur tout le territoire colombien.

Pour l'exercice 2010, le chiffre d'affaires d'IMUSA était voisin de 89 millions d'euros, en progression de plus de 30 % par rapport à 2009 à devises courantes. L'estimation provisoire au 30 juin 2011 de la juste valeur nette des actifs et passifs identifiables lors de la prise de contrôle en date du 28 février 2011 se décompose de la manière suivante :

<i>(en millions d'€)</i>	28 février 2011
Actifs immobilisés ^(a)	55,5
Stocks	16,9
Clients et autres créances	19,3
Dette nette	(53,3)
Fournisseurs et autres dettes	(6,6)
Autres passifs (y compris Impôts différés)	(19,0)
ACTIF NET TOTAL	12,8
POURCENTAGE DE DÉTENTION	99 %
ACTIF NET TOTAL ACQUIS	12,7
Intérêts minoritaires	0,1
DÉCAISSEMENT POUR L'ACQUISITION D'IMUSA	44,2
Goodwill	31,4

(a) Dont valeur de la marque « Imusa en Colombie » valorisée par des experts indépendants pour 20 millions d'euros et « Imusa aux USA » pour 5,3 millions d'euros.

Le goodwill comptabilisé selon la méthode du goodwill partiel, représente principalement des parts de marché et des synergies attendues notamment en termes de performances industrielles, de flux logistiques et de développement produits qui ne peuvent pas être reconnues séparément.

Au 30 juin 2011, la contribution d'Imusa dans le chiffre d'affaires du Groupe s'est élevée à 32 millions d'euros.

C'est dans le domaine du numérique et des produits connectés que SEB Alliance a réalisé son premier investissement, en prenant une participation majoritaire dans la société américaine Key Ingredient.

Key Ingredient est une start-up américaine basée à Austin (Texas) et spécialisée dans le développement de solutions numériques pour la cuisine. Son chiffre d'affaires 2010 est inférieur à 1 million d'euros.

Compte tenu du caractère non significatif de son activité, la société Key Ingredient n'est pas intégrée dans les comptes consolidés du Groupe.

2.2 AUTRES OPÉRATIONS DU SEMESTRE

Prise de contrôle d'Asia Fan

En mai 2011, le Groupe SEB a pris le contrôle de la société vietnamienne Asia Fan, leader national du marché des ventilateurs. Suite à cette acquisition, il détient 65 % de la société, 30 % des actions restant entre les mains de la famille fondatrice et 5 % entre celles de salariés.

En 2010, Asia Fan a réalisé un chiffre d'affaires de l'ordre de 11 millions d'euros. L'entreprise dispose de deux sites industriels et emploie 700 personnes.

Les modalités de préparation des états financiers d'Asia Fan en date d'acquisition sont incompatibles avec les délais de clôture des comptes semestriels du Groupe SEB. Par conséquent, cette société n'a pas été consolidée au 30 juin 2011. La participation dans Asia Fan est présentée sur la ligne « autres participations » du bilan consolidé. L'impact de la non-consolidation de l'activité des mois de mai et juin 2011 ainsi que des actifs et passifs acquis a été jugé non significatif sur les états financiers consolidés semestriels.

Prise de participation dans Key Ingredient

Dans l'optique d'anticiper les évolutions du marché du petit équipement domestique et d'ouvrir sa politique d'innovation à des technologies et des savoir-faire nouveaux et externes, le Groupe SEB a créé un fonds d'investissement, SEB Alliance, doté d'un capital de 30 millions d'euros, qui sera à la fois un instrument de veille technologique et une structure d'investissement.

Renforcement de la participation dans la société Supor

Les actionnaires fondateurs de la société chinoise Supor, dont le Groupe SEB détient déjà 51,3 %, ont exprimé leur désir de céder 20 % des actions existantes et le Groupe SEB s'est porté acquéreur de cette part complémentaire du capital.

Dans cette optique, le Groupe a signé un contrat d'acquisition dans lequel il s'engage à acheter aux actionnaires fondateurs de Supor 115 450 400 actions au prix de 30 yuans par titre. Le montant total de l'opération s'élèvera donc à 3 464 millions de yuans, soit environ 371 millions d'euros (sur la base du taux de change en vigueur au 30 juin 2011). Le Conseil d'administration de Supor du 16 février 2011 a approuvé l'opération ainsi que l'Assemblée générale des actionnaires du 4 mars 2011.

Le MOFCOM (Ministère du Commerce chinois au titre des investissements étrangers) n'a pas émis d'objection à la réalisation de cette opération qui reste toutefois encore soumise à diverses autorisations, notamment de la part de l'autorité de régulation du marché boursier chinois, la CSRC. L'ensemble du processus pourrait encore durer plusieurs mois.

Fusion Groupe SEB Mexicana et Vistar

La fusion de ces deux entités mexicaines est une simple restructuration juridique sans aucun impact sur les comptes consolidés du Groupe.

NOTE 3 INFORMATION SECTORIELLE

Conformément à la norme IFRS 8 – Segments opérationnels, l'information présentée ci-après pour chaque secteur opérationnel est identique à celle présentée aux principaux décideurs opérationnels (les membres du Comité exécutif) pour l'évaluation des performances des secteurs et la prise de décision concernant l'affectation des ressources.

Les informations internes revues et utilisées par les principaux décideurs opérationnels reposent sur une présentation par zone géographique. Le Comité exécutif évalue la performance des secteurs sur la base :

■ du produit des activités ordinaires et du résultat d'exploitation ; et

■ des capitaux nets investis définis comme la somme des actifs sectoriels (goodwill, immobilisations corporelles et incorporelles, stocks et créances clients) et des passifs sectoriels (dettes fournisseurs, autres dettes opérationnelles et provisions).

La performance en matière de financement et de trésorerie et la fiscalité sur le résultat sont suivies au niveau du Groupe et ne sont pas allouées par secteur.

3.1. PAR ZONE D'IMPLANTATION D'ACTIFS

30/06/2011 (en millions d'€)	France	Autres pays Europe occidentale ^(a)	Amérique du Nord	Amérique du Sud	Asie/ Pacifique	Europe centrale, Russie et Autres pays	Transactions intra-Groupe	Total
<i>Produits des activités ordinaires</i>								
Produits intersecteurs	290,6	333,6	164,4	189,7	430,7	278,4		1 687,4
Produits externes	242,5	18,9	0,3	6,3	324,2	54,0	(614,2)	32,0
TOTAL PRODUITS DES ACTIVITÉS ORDINAIRES	533,1	352,5	164,7	196,0	754,9	332,4	(614,2)	1 719,4
<i>Résultat</i>								
Marge opérationnelle	49,9	11,1	(11,0)	9,9	87,9	41,4	(34,1)	155,1
Résultat d'exploitation	21,0	3,7	(10,4)	17,7	82,7	37,0		151,7
Résultat financier								(7,0)
Part du résultat net dans les entreprises associées								
Impôt sur résultat								(37,9)
RÉSULTAT NET								106,8
<i>Bilan consolidé</i>								
Actifs sectoriels	600,4	375,3	345,1	436,2	903,4	240,1	(289,9)	2 610,6
Actifs financiers								505,2
Actifs d'impôts								85,5
ACTIF TOTAL								3 201,3
Passifs sectoriels	351,6	215,0	53,8	112,3	185,4	109,5	(230,0)	797,6
Dettes financières								742,9
Passifs d'impôts								99,3
Capitaux propres								1 561,4
PASSIF TOTAL								3 201,3
<i>Autres informations</i>								
Investissements corporels et incorporels	31,5	3,0	2,5	11,6	18,6	0,5		67,7
Dotations aux amortissements	26,5	4,0	1,9	6,2	9,0	0,8		48,4
Pertes de valeur comptabilisées en résultat								

(a) « Autres pays Europe occidentale » comprend uniquement l'Europe des 15 hors France avant l'élargissement aux nouveaux pays entrants, toujours classés en « Europe centrale, Russie et Autres pays ».

30/06/2010 (en millions d'€)	France	Autres pays Europe occidentale ^(a)	Amérique du Nord	Amérique du Sud	Asie/ Pacifique	Europe centrale, Russie et Autres pays	Transactions intra-Gruppe	Total
<i>Produits des activités ordinaires</i>								
Produits intersecteurs	297,3	312,4	160,0	147,6	355,4	251,3		1 524,0
Produits externes	308,6	22,1	0,4	6,8	269,4	2,5	(578,7)	31,1
TOTAL PRODUITS DES ACTIVITÉS ORDINAIRES	605,9	334,5	160,4	154,4	624,8	253,8	(578,7)	1 555,1
<i>Résultat</i>								
Marge opérationnelle	47,6	16,3	(6,4)	13,3	59,4	43,8	(6,1)	167,9
Résultat d'exploitation	27,5	20,7	(14,6)	9,9	60,1	37,9		141,5
Résultat financier								(7,0)
Part du résultat net dans les entreprises associées								
Impôt sur résultat								(35,3)
RÉSULTAT NET	-	-	-	-	-	-	-	99,1
<i>Bilan consolidé</i>								
Actifs sectoriels	584,0	389,3	374,8	281,8	911,3	180,0	(257,0)	2 464,2
Actifs financiers								237,0
Actifs d'impôts								66,8
ACTIF TOTAL	-	-	-	-	-	-	-	2 768,0
Passifs sectoriels	364,1	222,4	68,9	88,9	184,5	68,7	(208,5)	789,0
Dettes financières								449,8
Passifs d'impôts								81,3
Capitaux propres								1 447,9
PASSIF TOTAL	-	-	-	-	-	-	-	2 768,0
<i>Autres informations</i>								
Investissements corporels et incorporels	25,1	4,0	2,3	6,4	20,4	1,9		60,1
Dotations aux amortissements	27,2	4,0	1,9	4,8	8,2	0,7		46,8
Pertes de valeur comptabilisées en résultat	1,0							1,0

(a) « Autres pays Europe occidentale » comprend uniquement l'Europe des 15 hors France avant l'élargissement aux nouveaux pays entrants, toujours classés en « Europe centrale, Russie et Autres pays ».

31/12/2010 (en millions d'€)	France	Autres pays Europe occidentale ^(a)	Amérique du Nord	Amérique du Sud	Asie/ Pacifique	Europe centrale, Russie et Autres pays	Transactions intra-Groupe	Total
<i>Produits des activités ordinaires</i>								
Produits intersecteurs	711,7	770,7	386,8	344,1	660,2	614,2		3 487,7
Produits externes	635,9	46,5	0,8	12,1	756,2	6,4	(1 293,8)	164,1
TOTAL PRODUITS DES ACTIVITÉS ORDINAIRES	1 347,9	817,2	387,6	356,2	1 416,4	620,6	(1 293,8)	3 651,8
<i>Résultat</i>								
Marge opérationnelle	160,4	44,2	(8,8)	24,7	118,3	106,0	(6,9)	437,9
Résultat d'exploitation	87,0	47,1	(23,6)	20,8	119,8	100,6		349,0
Résultat financier								(15,9)
Part du résultat net dans les entreprises associées								
Impôt sur résultat								(89,5)
RÉSULTAT NET	-	-	-	-	-	-	-	243,6
<i>Bilan consolidé</i>								
Actifs sectoriels	637,9	469,1	339,4	303,6	961,1	241,3	(285,1)	2 667,3
Actifs financiers								261,7
Actifs d'impôts								67,0
ACTIF TOTAL	-	-	-	-	-	-	-	2 996,0
Passifs sectoriels	425,1	279,1	54,7	100,2	239,9	109,0	(240,8)	967,2
Dettes financières								378,0
Passifs d'impôts								79,5
Capitaux propres								1 571,3
PASSIF TOTAL	-	-	-	-	-	-	-	2 996,0
<i>Autres informations</i>								
Investissements corporels et incorporels	59,4	7,4	5,0	19,1	47,2	2,7		140,8
Dotations aux amortissements	59,9	8,2	3,8	9,1	17,4	1,6		100,0
Pertes de valeur comptabilisées en résultat	3,6		14,7					18,3

(a) « Autres pays Europe occidentale » comprend uniquement l'Europe des 15 hors France avant l'élargissement aux nouveaux pays entrants, toujours classés en « Europe centrale, Russie et Autres pays ».

Les « produits intersecteurs » correspondent aux ventes hors Groupe réalisées par les sociétés basées dans la zone concernée.

Les « produits externes » correspondent aux ventes totales (internes au Groupe et hors Groupe), réalisées à l'extérieur de la zone par les sociétés basées dans la zone.

Toutes les transactions internes sont établies sur une base de marché, à des termes et conditions similaires à ceux qui seraient proposés à des tierces parties.

3.2. PRODUITS DES ACTIVITÉS ORDINAIRES PAR ZONE DE COMMERCIALISATION

<i>(en millions d'€)</i>	30/06/2011 6 mois	30/06/2010 6 mois	31/12/2010 12 mois
France	290,6	297,3	711,7
Autres pays de l'Europe occidentale ^(a)	341,3	322,6	786,9
Amérique du Nord	172,0	166,8	404,4
Amérique du Sud	190,0	148,6	345,7
Asie/Pacifique	433,2	356,7	764,0
Europe centrale, Russie et Autres pays	292,2	263,1	639,1
TOTAL	1 719,4	1 555,1	3 651,8

(a) « Autres pays Europe occidentale » comprend uniquement l'Europe des 15 hors France et avant l'élargissement aux Nouveaux Pays Entrants toujours classés en « Europe centrale, Russie et Autres pays ».

NOTE 4 FRAIS OPÉRATIONNELS

<i>(en millions d'€)</i>	30/06/2011 6 mois	30/06/2010 6 mois	31/12/2010 12 mois
Coût des ventes	(1 041,3)	(906,7)	(2 146,6)
Frais de recherche et développement	(29,4)	(27,8)	(60,0)
Publicité	(55,7)	(46,2)	(143,0)
Frais commerciaux et administratifs	(438,0)	(406,5)	(864,3)
FRAIS OPÉRATIONNELS	(1 564,4)	(1 387,2)	(3 213,9)

NOTE 5 INTÉRESSEMENT ET PARTICIPATION

Les charges d'intéressement et de participation du semestre sont calculées en appliquant aux charges annuelles estimées le taux d'avancement des résultats des sociétés concernées.

NOTE 6 AUTRES PRODUITS ET CHARGES D'EXPLOITATION

(en millions d'€)	30/06/2011 6 mois	30/06/2010 6 mois	31/12/2010 12 mois
Charges de restructuration	(2,1)	(8,7)	(15,0)
Dépréciation d'actifs	0,0	(1,0)	(18,4)
Divers et réalisation d'actifs	17,8	1,7	(5,1)
AUTRES PRODUITS ET CHARGES D'EXPLOITATION	15,7	(8,0)	(38,5)

6.1. CHARGES DE RESTRUCTURATION

Les charges de restructuration du premier semestre 2011 concernent principalement une restructuration des forces de ventes en Argentine à hauteur de 0,8 million d'euros et un plan d'ajustement des capacités de production au Brésil à hauteur de 0,8 million d'euros.

Au 30 juin 2010, les charges de restructuration du premier semestre 2010 concernaient la restructuration des forces de vente au Brésil à hauteur de 5,1 millions d'euros et un complément de provision des plans d'aménagement de fin de carrière en France à hauteur de 3,3 millions d'euros.

Au 31 décembre 2010, ces deux événements avaient généré une charge s'élevant respectivement à 6,5 millions d'euros et 4,8 millions d'euros.

6.2. DÉPRÉCIATION D'ACTIFS

Compte tenu du caractère saisonnier de l'activité, le Groupe procède à la réalisation des tests de pertes de valeur lors de la clôture annuelle. Au 30 juin 2011, le Groupe a procédé à la revue des indicateurs de perte de valeur

susceptibles d'entraîner une réduction de la valeur nette comptable des marques et écarts d'acquisition comptabilisés.

Aucun indice de perte de valeur n'a été identifié sur ces éléments incorporels.

Au 30 juin 2010, un complément de perte de valeur avait été constaté pour 1,0 million d'euros sur l'unité génératrice de trésorerie Mayenne Boissons.

Au 31 décembre 2010, les principales dépréciations d'actifs comptabilisées portaient sur le goodwill d'All-Clad à hauteur de 14,7 millions d'euros et les actifs industriels de l'activité Pesage dépréciés à hauteur de 3,6 millions d'euros.

6.3. DIVERS ET RÉALISATION D'ACTIFS

Au premier semestre 2011, le Groupe a principalement enregistré le produit de la vente de l'usine 3 au Brésil (14,8 millions d'euros) et l'indemnité liée au litige Pentalpha (1,5 million d'euros) (cf. note 12- Faits exceptionnels et litiges).

Au 30 juin 2010, le Groupe avait comptabilisé une indemnité perçue suite à une transaction avec un de ses fournisseurs à hauteur de 1,9 million d'euros.

NOTE 7 RÉSULTAT FINANCIER

(en millions d'€)	30/06/2011 6 mois	30/06/2010 6 mois	31/12/2010 12 mois
COÛT DE L'ENDETTEMENT FINANCIER	(6,4)	(6,4)	(12,0)
Frais financiers/avantages au personnel long terme	(2,3)	(2,7)	(5,6)
Pertes et gains de change	3,3	3,3	4,8
Instruments financiers	(1,9)	(1,0)	(0,1)
Autres	0,3	(0,2)	(3,0)
AUTRES PRODUITS ET CHARGES FINANCIERS	(0,6)	(0,6)	(3,9)

Les frais financiers sur les avantages au personnel à long terme correspondent à la différence entre la charge liée à la « désactualisation » annuelle des engagements et les rendements attendus des actifs financiers détenus en couverture de ces engagements, ainsi que des charges de « désactualisation » des autres dettes et provisions à long terme.

Les gains et pertes de change liés aux transactions commerciales en devises sont enregistrés en marge opérationnelle.

Les écarts de change sur les opérations de couverture liées au financement sont comptabilisés en résultat financier.

La ligne « Instruments financiers » contient essentiellement l'amortissement de la valeur temps des instruments financiers sur les matières premières.

NOTE 8 IMPÔT SUR LES RÉSULTATS

La charge d'impôt du semestre est calculée en appliquant, au résultat consolidé avant impôt de la période, le taux effectif moyen estimé pour l'exercice. Ce calcul est réalisé individuellement au niveau de chaque entité fiscale consolidée.

La différence entre le taux effectif de 26,2 % et le taux normal en France de 34,43 % (identique en 2010) s'analyse comme suit :

(en %)	30/06/2011 6 mois	30/06/2010 6 mois	31/12/2010 12 mois
TAUX NORMAL D'IMPÔT	34,4	34,4	34,4
Effet des différences de taux d'imposition ^(a)	(9,5)	(7,6)	(8,4)
Pertes fiscales sans constatation d'actifs nets d'impôts différés ^(b)	1,5	0,3	2,0
Activation et utilisation de déficits fiscaux antérieurs ^(c)	(2,0)	(1,9)	(4,0)
Autres ^(d)	1,7	1,1	2,9
TAUX EFFECTIF D'IMPÔT	26,2	26,3	26,9

(a) Les variations enregistrées dans l'effet des différences de taux d'imposition dépendent de la part de la France dans le résultat consolidé.

(b) Les pertes fiscales sans constatation d'actif net d'impôt différé concernent principalement les États-Unis d'Amérique et la Grande-Bretagne.

(c) L'activation de déficits fiscaux et d'autres actifs d'impôts différés non reconnus antérieurement concerne principalement l'Espagne et l'Allemagne.

(d) La ligne « Autres » comprend principalement des impôts de distribution et des provisions pour contrôle fiscal, et, au 31 décembre 2010, la non-déductibilité de la charge d'impairment sur le goodwill All-Clad (1,5 %).

NOTE 9 ACTIONS PROPRES

Au 30 juin 2011, le capital social est composé de 49 951 826 actions d'un nominal de 1 euro.

Au cours du premier semestre 2011, le Groupe a acquis 83 280 actions au prix moyen pondéré de 66,60 euros et a cédé sur le marché 270 158 actions au prix moyen de 32,45 euros.

Au 30 juin 2011, le Groupe détient 1 793 820 actions propres au cours moyen de 31,04 euros (2 489 625 au 30 juin 2010 au cours moyen de 33,16 euros et 1 980 698 au 31 décembre 2010 au cours moyen de 31,14 euros).

La part du capital social auto détenue a évolué de la façon suivante :

(en nombre d'actions)	Réalizations		
	1 ^{er} semestre 2011 6 mois	1 ^{er} semestre 2010 6 mois	Exercice 2010 12 mois
Détentions à l'ouverture	1 980 698	3 149 443	3 149 443
<i>Achats d'actions</i>			
Contrats de rachat	47 361		
Contrats de liquidité	35 919	107 697	264 329
<i>Ventes d'actions</i>			
Cessions	(33 715)	(116 345)	(279 525)
Levées d'options d'achat	(236 443)	(651 170)	(1 153 549)
<i>Annulations d'actions</i>			
DÉTENTIONS À LA CLÔTURE	1 793 820	2 489 625	1 980 698

NOTE 10 AUTRES PROVISIONS

(en millions d'€)	30/06/2011		30/06/2010		31/12/2010	
	non courantes	courantes	non courantes	courantes	non courantes	courantes
Retraite et engagements assimilés	81,7	5,6	78,2	8,4	78,0	6,0
Garantie après-vente	2,7	25,2	3,6	29,1	3,0	31,8
Litiges en cours et autres risques	22,1	17,8	21,3	14,8	25,0	25,5
Provision pour restructuration	13,6	8,7	12,8	23,3	14,0	15,0
TOTAL	120,1	57,3	115,9	75,6	120,0	78,3

Les provisions sont affectées en provisions courantes ou non courantes en fonction de leur part respective à moins d'un an et plus d'un an.

L'évolution des autres provisions (hors retraites et engagements assimilés) sur l'exercice s'analyse de la façon suivante :

(en millions d'€)	01/01/2011	Dotations	Reprises non utilisées	Utilisations	Autres mouvements ^(a)	30/06/2011
Garantie après-vente	34,9	5,7	4,3	7,8	(0,6)	27,9
Litiges en cours et autres risques	50,4	4,2	4,4	9,4	(0,8)	40,0
Provision pour restructuration	29,0	1,0	0,5	7,0	(0,2)	22,3
TOTAL	114,3	10,9	9,2	24,2	(1,6)	90,2

(a) Les « autres mouvements » comprennent les écarts de conversion et les mouvements de périmètre.

(en millions d'€)	01/01/2010	Dotations	Reprises non utilisées	Utilisations	Autres mouvements ^(a)	30/06/2010
Garantie après-vente	39,0	9,1	1,6	13,5	(0,3)	32,7
Litiges en cours et autres risques	32,0	16,8	2,6	14,8	4,8	36,1
Provision pour restructuration	43,3	6,4	2,1	12,0	0,5	36,1
TOTAL	114,3	32,3	6,3	40,3	5,0	104,9

(a) Les « autres mouvements » comprennent les écarts de conversion et les mouvements de périmètre.

(en millions d'€)	01/01/2010	Dotations	Reprises non utilisées	Utilisations	Autres mouvements ^(a)	31/12/2010
Garantie après-vente	39,0	24,7	1,1	26,4	(1,3)	34,9
Litiges en cours et autres risques	32,0	25,1	1,7	9,7	4,7	50,4
Provision pour restructuration	43,3	8,4	4,5	18,8	0,6	29,0
TOTAL	114,3	58,2	7,3	54,9	4,0	114,3

(a) Les « autres mouvements » comprennent les écarts de conversion et les mouvements de périmètre.

La ventilation de la provision pour restructuration est la suivante :

(en millions d'€)	30/06/2011	30/06/2010	31/12/2010
Frais de personnel	17,8	27,4	22,8
Frais d'arrêt	4,5	8,7	6,2
TOTAL	22,3	36,1	29,0

NOTE 11 ENDETTEMENT FINANCIER NET

<i>(en millions d'€)</i>	30/06/2011	30/06/2010	31/12/2010
Dettes obligataire	297,8		
Dettes bancaires	199,8	171,0	171,0
Dettes leasing	3,0	2,7	1,6
Autres	2,0	1,5	1,9
Participation des salariés	34,0	26,0	25,4
DETTES FINANCIÈRES NON COURANTES	536,6	201,2	199,9
Dettes bancaires	110,7	110,6	53,8
Billets de trésorerie	69,0	100,0	100,0
Part à moins d'un an des dettes à long terme	18,3	20,2	18,2
DETTES FINANCIÈRES COURANTES	198,0	230,8	172,0
ENDETTEMENT FINANCIER BRUT	734,6	432,0	371,9
Trésorerie et équivalents de trésorerie nets	(475,0)	(226,2)	(236,6)
Instruments dérivés (nets)	(2,9)	2,0	(4,2)
ENDETTEMENT FINANCIER NET	256,7	207,8	131,1

L'endettement financier net comprend l'ensemble des dettes financières courantes et non courantes diminuées de la trésorerie et équivalents de trésorerie ainsi que des instruments dérivés liés au financement du Groupe qui ont une échéance inférieure à un an et sont cessibles facilement.

NOTE 12 FAITS EXCEPTIONNELS ET LITIGES**CESSION DE L'USINE 3 AU BRÉSIL**

Groupe SEB do Brasil avait signé en août 2008 un compromis de vente de l'usine 3 située à São Paulo. Cette cession était soumise à la remise d'un certificat de dépollution à l'acquéreur et les travaux de dépollution du site ont été conduits au cours des exercices 2009 et 2010.

En date du 4 février 2011, Groupe SEB do Brasil a reçu de la part de l'acquéreur le versement de 14,8 millions d'euros au titre du solde de la vente de cet actif. Une somme de 1,8 million d'euros a été conservée par l'acquéreur à titre de garantie de la dépollution correcte du terrain à l'extérieur de l'usine. La valeur nette comptable de cet actif (dépenses de dépollution incluses) s'élevait au 31/12/2010 à 3,2 millions d'euros.

La plus value totale dégagée lors de cette opération et comptabilisée dans les comptes du semestre s'élève à 14,2 millions d'euros.

LITIGE PENTALPHA

En date du 31 mai 2011, la cour Suprême des États-Unis d'Amérique a donné raison au Groupe SEB dans le cadre de la procédure engagée par Pentalpha concernant un litige pour contrefaçon de brevets de friteuses aux États-Unis.

Les 5,1 millions de dollars (incluant les intérêts) réceptionnés en août 2010 ont donc été enregistrés en produits dans les comptes du semestre.

RENÉGOCIATION DU CRÉDIT SYNDIQUÉ

Le crédit syndiqué non utilisé d'une valeur nominale de 456,1 millions d'euros à échéance 2011 a fait l'objet d'une renégociation avec les banques du pool : BNP Paribas, Citibank, Commerzbank, Crédit Agricole, HSBC, Natixis et Société Générale. Le nominal de ce nouveau crédit, à taux variable, est de 560 millions d'euros pour une nouvelle durée de 5 ans.

ÉMISSION OBLIGATAIRE

Le 26 mai 2011, le Groupe a procédé au lancement de sa première émission obligataire portant sur un montant de 300 millions d'euros pour une durée de 5 ans et une échéance le 3 juin 2016. Le coupon annuel s'élèvera à 4,5 % par an. Les chefs de file de l'opération sont BNP Paribas, Crédit agricole CIB, Natixis et Société générale. Les obligations sont admises aux négociations sur Euronext Paris.

Aucune autre évolution significative n'est intervenue au cours du premier semestre 2011 concernant les litiges dans lesquels le Groupe est impliqué.

NOTE 13 TRANSACTIONS AVEC DES PARTIES LIÉES

Au cours du premier semestre 2011, aucune option d'achat d'actions n'a été attribuée.

Il n'y a aucune transaction significative sur la période avec des parties liées, ni d'évolution quant à la nature des transactions telles que décrites dans la note 30 du Document de référence 2010.

NOTE 14 ÉVÉNEMENTS POSTÉRIEURS À LA CLÔTURE

À la date d'arrêté des comptes par le Conseil d'administration, le 22 juillet 2011, aucun événement significatif n'est intervenu.

RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR L'INFORMATION FINANCIÈRE SEMESTRIELLE 2011

PÉRIODE DU 1^{ER} JANVIER AU 30 JUIN 2011

Aux actionnaires de SEB S.A.

En exécution de la mission qui nous a été confiée par votre Assemblée générale et en application de l'article L. 451-1-2 III du Code monétaire et financier, nous avons procédé à :

- l'examen limité des comptes semestriels consolidés résumés de la société SEB S.A., relatifs à la période du 1^{er} janvier 2011 au 30 juin 2011, tels qu'ils sont joints au présent Rapport ;
- la vérification des informations données dans le Rapport semestriel d'activité.

Ces comptes semestriels consolidés résumés ont été établis sous la responsabilité du Conseil d'administration. Il nous appartient, sur la base de notre examen limité, d'exprimer notre conclusion sur ces comptes.

1. Conclusion sur les comptes

Nous avons effectué notre examen limité selon les normes d'exercice professionnel applicables en France.

Un examen limité consiste essentiellement à s'entretenir avec les membres de la Direction en charge des aspects comptables et financiers et à mettre en œuvre des procédures analytiques. Ces travaux sont moins étendus que ceux requis pour un audit effectué selon les normes d'exercice professionnel applicables en France. En conséquence, l'assurance que les comptes, pris dans leur ensemble, ne comportent pas d'anomalies significatives, obtenue dans le cadre d'un examen limité est une assurance modérée, moins élevée que celle obtenue dans le cadre d'un audit.

Sur la base de notre examen limité, nous n'avons pas relevé d'anomalies significatives de nature à remettre en cause la conformité des comptes semestriels consolidés résumés avec la norme IAS 34 – norme du référentiel IFRS tel qu'adopté dans l'Union européenne relative à l'information financière intermédiaire.

2. Vérification spécifique

Nous avons également procédé à la vérification des informations données dans le Rapport semestriel d'activité commentant les comptes semestriels consolidés résumés sur lesquels a porté notre examen limité.

Nous n'avons pas d'observation à formuler sur leur sincérité et leur concordance avec les comptes semestriels consolidés résumés.

Lyon et Villeurbanne, le 25 juillet 2011

Les Commissaires aux comptes

PricewaterhouseCoopers Audit

Bernard RASCLE

Deloitte & Associés

Dominique VALETTE

DÉCLARATION DE LA PERSONNE PHYSIQUE RESPONSABLE DU RAPPORT FINANCIER SEMESTRIEL

J'atteste, qu'à ma connaissance,

- les comptes résumés pour le semestre écoulé sont établis conformément aux normes comptables applicables et donnent une image fidèle du patrimoine, de la situation financière et du résultat de la société et de l'ensemble des entreprises comprises dans le périmètre de consolidation ;
- le Rapport semestriel d'activité ci-joint présente un tableau fidèle des événements importants survenus au cours des six premiers mois de l'exercice et de leur incidence sur les comptes, des principales transactions avec les parties liées ainsi qu'une description des principaux risques et des principales incertitudes pour les six mois restants de l'exercice.

Écully, le 25 juillet 2011

Le Président-Directeur Général



Thierry de La Tour d'Artaise

Crédits photos : Gettyimages/Siri Stafford - GraphicObsession/Agamia – Photothèque Groupe SEB



Groupe SEB

Les 4 M chemin du Petit Bois - BP 172

69134 Écully Cedex France

www.groupeseb.com