



Communiqué de presse

Mardi 30 janvier 2024 – 17h40

1

Ventes provisoires 2023
- données non auditées -

GROUPE SEB REPASSE LA BARRE DES 8 MILLIARDS D'EUROS DE VENTES ET RETROUVE UNE BONNE CROISSANCE ORGANIQUE EN 2023

■ **Ventes annuelles : 8 006 M€, + 5,3 % à tcpc* (+ 0,6 % publié)**

- En ligne avec les perspectives annuelles
- Redressement continu de l'activité Grand Public
- Remarquable performance de l'activité Professionnel

■ **Un bon 4^{ème} trimestre : ventes de 2 474 M€, + 8,5 % à tcpc (+ 3,1 % publié)**

■ **Résultat Opérationnel d'Activité 2023 désormais attendu en croissance de plus de 15 % (vs plus de 10% précédemment)**

Déclaration de Stanislas de Gramont, Directeur Général du Groupe SEB

« Le Groupe SEB a retrouvé en 2023 une bonne dynamique de croissance organique de ses ventes, et repasse la barre des 8 milliards de chiffre d'affaires sur cet exercice.

Comme anticipé, notre activité Grand Public a renoué avec un bon niveau de croissance organique dès le 2^{ème} trimestre et a depuis confirmé cette trajectoire. Cette performance est avant tout le fruit d'un investissement constant dans une politique d'innovation soutenue, et d'une solide dynamique commerciale. Le marché du Petit Equipement Domestique a démontré sa résilience en 2023, dans un environnement macro-économique complexe.

Dans un marché très porteur, l'activité Professionnel du Groupe a connu une année record, tirée par des succès commerciaux en Café dans ses principales géographies, permettant au Groupe de conforter son leadership mondial.

S'appuyant sur ces performances commerciales solides et un pilotage opérationnel rigoureux, le Groupe revoit à la hausse son estimation de croissance de Résultat Opérationnel d'Activité pour 2023, passant d'une progression de plus de 10% à plus de 15%. »

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

COMMENTAIRES GENERAUX SUR LES VENTES DU GROUPE

Le Groupe SEB a réalisé en 2023 des ventes de 8 006 M€, en hausse de 0,6 % (soit + 46 M€) en données publiées. La croissance organique se situe à un bon niveau de 5,3 %, soit + 420 M€. Elle est contrebalancée par un impact devises négatif de même ampleur provenant de la dépréciation de plusieurs monnaies par rapport à l'euro (notamment le yuan chinois). Enfin, le chiffre d'affaires intègre un effet périmètre limité et lié à l'intégration des acquisitions de Zummo, La San Marco et Pacojet.

2 Dans un environnement macro-économique globalement peu favorable, cette performance est très satisfaisante. Elle est en ligne avec l'objectif que le Groupe s'était fixé d'une croissance organique d'environ 5 % des ventes en 2023, reflétant un retour à la croissance de l'activité Grand Public et une forte progression du chiffre d'affaires de l'activité Professionnel.

Sur l'ensemble de l'année 2023, les ventes Grand Public ont atteint 7 045 M€, en hausse de 3,2 % à tpc par rapport à 2022. Le 4^{ème} trimestre est en croissance organique de 7,7 %, en comparaison à 5,5 % au 3^{ème} trimestre et 5,2 % au 2^{ème} trimestre. Le Groupe a donc retrouvé une bonne croissance organique en 2023 dans un marché du Petit Equipement Domestique résilient, malgré un environnement macro-économique incertain.

Cette performance positive a été nourrie par la poursuite de notre dynamique de développement fondée sur l'innovation, l'enrichissement constant de notre offre, le déploiement de nos produits phares dans nos marchés, et une exécution commerciale efficace. En termes de produits, la croissance a été notamment tirée par le soin du linge, les aspirateurs versatiles, les ventilateurs, les friteuses sans huile, les cuiseurs à riz, les bouilloires, les machines à café automatiques et les articles culinaires (en particulier la gamme Ingenio).

Les ventes de l'activité Professionnel se sont établies à 962 M€ en 2023, en progression de 26,5 % à tpc par rapport à 2022, portées par l'expansion continue de l'activité Café Professionnel dans toutes les grandes zones géographiques, notamment en Chine, aux Etats-Unis, au Royaume-Uni et dans la région DACH (Allemagne-Autriche-Suisse). Elle est alimentée par le déploiement de grands contrats mais aussi par une activité courante dynamique.

Au 4^{ème} trimestre, la croissance organique du Groupe s'est établie à + 8,5 % avec :

- une progression des ventes de 7,7 % à tpc dans l'activité Grand Public, dans toutes les régions, avec en particulier une amélioration marquée en Europe de l'Ouest (+ 6,1 %), le maintien d'une progression vigoureuse dans les autres pays EMEA (+ 21,7 %) et une croissance de l'activité en Chine (+ 3,3 %) ;
- la poursuite de l'excellente dynamique de l'activité Professionnel (+ 16,2 %), en dépit d'un effet de base exigeant.

DETAIL DE L'ACTIVITE PAR ZONE GEOGRAPHIQUE - 2023

Chiffres non audités

Ventes en M€	2022	2023	Variation 2023/2022	
			Données publiées	tcp
EMEA	3 444	3 475	+ 0,9%	+ 6,6 %
Europe occidentale	2 416	2 401	- 0,6 %	- 0,4 %
Autres pays	1 028	1 074	+ 4,5 %	+ 23,2 %
AMERIQUES	1 130	1 113	- 1,5 %	+ 1,4 %
Amérique du Nord	797	767	- 3,7 %	- 2,8 %
Amérique du Sud	333	345	+ 3,7 %	+ 11,5 %
ASIE	2 660	2 457	- 7,6%	- 0,6 %
Chine	2 101	1 966	- 6,5 %	+ 1,0 %
Autres pays	559	492	- 12,1 %	- 6,5 %
TOTAL Grand Public	7 234	7 045	- 2,6 %	+ 3,2 %
Professionnel	725	962	+ 32,6 %	+ 26,5 %
GROUPE SEB	7 960	8 006	+ 0,6 %	+ 5,3 %

Chiffres arrondis en M€

% calculés sur chiffres non arrondis

3

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

Chiffres non audités

Ventes en M€	4 ^e trimestre 2022	4 ^e trimestre 2023	Variation 2023/2022	
			Données publiées	tcp
EMEA	1 142	1 192	+ 4,4 %	+ 10,9 %
Europe occidentale	791	839	+ 6,0 %	+ 6,1 %
Autres pays	350	353	+ 0,9 %	+ 21,7 %
AMERIQUES	326	335	+ 2,6 %	+ 7,0 %
Amérique du Nord	240	232	- 3,3 %	+ 0,0 %
Amérique du Sud	86	103	+ 19,1 %	+ 26,3 %
ASIE	711	682	- 4,0 %	+ 2,9 %
Chine	557	536	- 3,7 %	+ 3,3 %
Autres pays	154	146	- 5,1 %	+ 1,6 %
TOTAL Grand Public	2 179	2 209	+ 1,4 %	+ 7,7 %
Professionnel	221	264	+ 19,6 %	+ 16,2 %
GROUPE SEB	2 400	2 474	+ 3,1 %	+ 8,5 %

Chiffres arrondis en M€

% calculés sur chiffres non arrondis

COMMENTAIRES ACTIVITE GRAND PUBLIC PAR ZONE GEOGRAPHIQUE

Ventes en M€	2022	2023	Variation 2023/2022		Variation T4 2023/2022	
			Données publiées	tpc	Données publiées	tpc
EMEA	3 444	3 475	+ 0,9%	+ 6,6 %	+ 4,4 %	+ 10,9 %
Europe occidentale	2 416	2 401	- 0,6 %	- 0,4 %	+ 6,0 %	+ 6,1 %
Autres pays	1 028	1 074	+ 4,5 %	+ 23,2 %	+ 0,9 %	+ 21,7 %

4

EUROPE OCCIDENTALE

Au 4^{ème} trimestre, le Groupe a réalisé des ventes en hausse de 6,1 % à tpc grâce à une amélioration de ses performances dans ses principaux marchés, notamment en France et en Allemagne. Cette dynamique a été tirée par la plupart des catégories de produits, en particulier les articles culinaires, l'électrique culinaire et l'entretien des sols. Par ailleurs, l'impact négatif du déstockage chez les distributeurs européens est pour l'essentiel achevé.

Sur l'ensemble de l'année, les ventes affichent une légère baisse, de 0,4 % à tpc. Le marché européen du Petit Equipement Domestique a affiché une certaine résilience, dans un environnement économique difficile.

En France, le Groupe a réalisé une croissance organique autour de 5 % sur l'ensemble de l'année, tirée par une bonne dynamique dans les articles culinaires (soutenue par un important programme de fidélité au premier semestre), l'entretien des sols et l'électrique culinaire (en particulier les friteuses sans huile).

En Allemagne, le Groupe a connu un repli de ses ventes en 2023 dans un environnement économique morose. Il a en revanche terminé l'année sur une tonalité beaucoup plus positive, le 4^{ème} trimestre affichant une croissance à deux chiffres, confirmant une amélioration du *sell-out* (revente au consommateur final) au 2nd semestre.

Enfin, le Groupe a délivré un chiffre d'affaires en croissance en 2023 dans plusieurs autres pays de la zone dont l'Espagne, la Belgique ou les pays nordiques, profitant de marchés bien orientés.

AUTRES PAYS EMEA

Les ventes du Groupe dans les autres pays de la zone EMEA ont connu une forte croissance de 21,7 % à tpc au 4^{ème} trimestre et de 23,2 % à tpc sur l'ensemble de l'année, dans des marchés globalement en progression sur la région. La hausse des ventes a été limitée à 4,5 % en 2023 en données publiées principalement du fait des fortes dévaluations de la livre turque et de la livre égyptienne.

En Europe centrale et orientale, le Groupe a réalisé des ventes en nette croissance en 2023. Tout au long de l'année, le Groupe s'est appuyé sur ses relations solides avec les principaux distributeurs et une excellente exécution commerciale, aussi bien en ligne qu'en magasin. De plus, le Groupe a poursuivi le renforcement de ses positions concurrentielles dans des catégories importantes comme les friteuses sans huile, l'entretien du sol, le soin du linge, ainsi que le déploiement de produits phares tels qu'Optigrill, Ingenio ou Cookeo.

La croissance organique a été également forte en Turquie et en Egypte où le Groupe a su rapidement passer des hausses de prix dans des contextes très inflationnistes. En Turquie, le Groupe a su tirer profit de la bonne dynamique du marché du Petit Equipement Domestique notamment dans les articles culinaires et les friteuses sans huile. En Egypte, il a poursuivi ses avancées et conforté ses positions, plus particulièrement en ventilateurs, soin du linge, préparation des aliments et articles culinaires.

Ventes en M€	2022	2023	Variation 2023/2022	
			Données publiées	tcp
AMERIQUES	1 130	1 113	- 1,5 %	+ 1,4 %
Amérique du Nord	797	767	- 3,7 %	- 2,8 %
Amérique du Sud	333	345	+ 3,7 %	+ 11,5 %

Variation T4 2023/2022	
Données publiées	tcp
+ 2,6 %	+ 7,0 %
- 3,3 %	+ 0,0 %
+ 19,1 %	+ 26,3 %

AMERIQUE DU NORD

Au 4^{ème} trimestre, les ventes en Amérique du Nord ont été stables à tcp (et en baisse de 3,3 % en données publiées), après un très bon 3^{ème} trimestre (+ 14,9 % à tcp). Le Groupe a ainsi délivré au second semestre un niveau de croissance de ses ventes en amélioration de 6,8 % à tcp.

Les ventes annuelles ont baissé de 2,8 % à tcp et de 3,7 % en données publiées.

Aux Etats-Unis, dans un environnement de consommation volatil, marqué par une grande prudence des distributeurs dans la gestion de leurs stocks, le Groupe a continué à surperformer le marché des articles culinaires. Il a ainsi encore renforcé son leadership grâce à ses 3 marques complémentaires (T-fal, All-Clad et Imusa).

Comme en 2022, le Groupe a réalisé une croissance organique à deux chiffres au Mexique, nourrie par la consolidation constante de sa position de leader en articles culinaires, et par le renforcement de ses parts de marché en soin du linge, en préparation des aliments (*blenders* plus particulièrement) et en ventilateurs. Le Groupe a également poursuivi avec succès le déploiement de son offre et de ses innovations en machines à café automatiques.

AMERIQUE DU SUD

Au 4^{ème} trimestre, les ventes ont affiché une croissance de 26,3 % à tcp, notamment grâce à une excellente saison pour les ventes de ventilateurs en Colombie et au Brésil, sous l'effet du phénomène *El Niño*.

Les ventes annuelles ont progressé de 11,5 % à tcp portées par un solide 2nd semestre après un 1^{er} semestre stable.

En Colombie, le Groupe a poursuivi ses gains de parts de marché dans un environnement rendu difficile par une forte inflation. Le Groupe a ainsi renforcé son leadership en articles culinaires. Ses excellentes performances commerciales dans les ventilateurs et ses forts gains de parts de marché en préparation culinaire (*blenders*) lui confère également une position de leader en 2023 dans le petit électroménager.

Au Brésil, la demande en ventilateurs a nourri la croissance. Malgré une intense concurrence, le Groupe a également réussi à augmenter ses volumes de ventes dans les friteuses sans huile et les machines à café portionné.

Ventes en M€	2022	2023	Variation 2023/2022		Variation T4 2023/2022	
			Données publiées	tpc	Données publiées	tpc
ASIE	2 660	2 457	- 7,6%	- 0,6 %	- 4,0 %	+ 2,9 %
Chine	2 101	1 966	- 6,5 %	+ 1,0 %	- 3,7 %	+ 3,3 %
Autres pays	559	492	- 12,1 %	- 6,5 %	- 5,1 %	+ 1,6 %

CHINE

Au 4^{ème} trimestre, les ventes en Chine ont progressé de 3,3 % à tpc. Sur l'ensemble de l'année, les ventes de Supor sur son marché domestique ont progressé de 1,0 % à tpc et ont baissé de 6,5 % en données publiées, l'écart provenant de la dépréciation du yuan par rapport à l'euro sur la période.

Ces performances, tant annuelles que trimestrielles, reflètent le renforcement du leadership de Supor, dans un environnement de faible confiance des consommateurs chinois. Supor a ainsi consolidé ses positions dans toutes ses catégories majeures grâce à ses nombreux atouts : un mix produit moins discrétionnaire que celui de ses concurrents, une grande capacité d'innovation et de déploiement très rapide de nouveaux produits, ainsi qu'une expertise éprouvée et reconnue dans l'activation des ventes sur le canal *online*.

Supor a poursuivi l'enrichissement de son offre produits à travers la dynamisation continue des catégories phares telles que les woks, les cuiseurs à riz, les autocuiseurs électriques et les bouilloires. Il se développe par ailleurs dans de nouveaux segments comme les machines à café portables, les sauteuses automatiques, les mugs isothermes et les aspirateurs laveurs.

AUTRES PAYS D'ASIE

Les ventes du Groupe dans les autres pays d'Asie ont progressé de 1,6 % à tpc au 4^{ème} trimestre grâce à une amélioration de la performance du Groupe dans plusieurs marchés clefs de la région, tels que le Japon, la Corée du Sud, l'Australie ou la Thaïlande. Cette meilleure dynamique de fin d'année a été notamment soutenue par le succès commercial de nos bouilloires au Japon, de solides ventes d'articles culinaires en Corée du Sud, ainsi qu'une reprise des ventes en Australie. La reprise de la croissance organique des ventes au 4^{ème} trimestre semble refléter un retour à la normale en termes de stocks chez les distributeurs.

Sur l'ensemble de l'année, le chiffre d'affaires est en baisse de 6,5 % à tpc, dans un contexte macro-économique compliqué pour la plupart des pays de la région. En effet, les niveaux d'inflation ainsi que les fortes hausses de taux d'intérêt ont pesé sur la demande des consommateurs, tout en incitant les distributeurs à réduire leurs niveaux de stocks. Les catégories les plus performantes en 2023 ont été les bouilloires, les friteuses sans huile, le soin du linge et l'entretien des sols.

COMMENTAIRES ACTIVITE PROFESSIONNELLE

Ventes en M€	2022	2023	Variation 2023/2022		Variation T4 2023/2022	
			Données publiées	tcpu	Données publiées	tcpu
Professionnel	725	962	+ 32,6 %	+ 26,5 %	+ 19,6 %	+ 16,2 %

7

L'activité Professionnel du Groupe a poursuivi son excellente trajectoire en affichant une croissance organique de ses ventes de 16,2% au 4^{ème} trimestre, sur un effet de base plus exigeant. Cette activité regroupe le Café Professionnel, qui constitue près de 90 % des ventes, l'équipement hôtelier, Krampouz, Zummo et Pacojet.

En 2023, le chiffre d'affaires de l'activité Professionnel s'est établi à 962 M€, en croissance de 26,5 % à tcpu par rapport à l'an dernier.

Cette performance remarquable est essentiellement due à des ventes record dans le Café Professionnel alimentées par les principaux marchés du Groupe (la Chine, les Etats-Unis, l'Allemagne et le Royaume-Uni), aussi bien dans les ventes de machines que la fourniture de services. Les ventes de machines se sont appuyées sur un portefeuille clients toujours plus étendu et diversifié, soutenant la récurrence du chiffre d'affaires, ainsi que sur le déploiement de grands contrats avec des clients clefs tels que Luckin Coffee en Chine, Greggs au Royaume-Uni ou encore QuikTrip aux Etats-Unis. Par ailleurs, le développement continu des services et de leur composante digitale renforce l'attractivité de l'offre du Groupe et contribue à la forte croissance du chiffre d'affaires.

Par ailleurs, le Groupe a réalisé en 2023 d'importants développements pour soutenir son ambition stratégique dans le Professionnel. L'acquisition de La San Marco permet au Groupe d'étendre son offre produits vers les machines à café traditionnelles, et celle de Pacojet renforce la présence du Groupe dans les cuisines professionnelles.

PERSPECTIVE DE CROISSANCE DU ROPA EN 2023 REVUE A LA HAUSSE

Fort de la solide croissance de ses ventes 2023, du redressement continu de sa marge brute et de la gestion disciplinée de ses frais opérationnels, le Groupe attend désormais une progression d'au moins 15% de son Résultat Opérationnel d'Activité sur l'ensemble de l'année (contre au moins 10 % précédemment).

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 30 janvier 2024 à 18h CET

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

Replay disponible sur notre site internet
le 30 janvier 2024 à partir de 20 h : sur www.groupeseb.com

Accès (audio seul) :

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

9

Prochains événements - 2024

22 février avant bourse	Résultats 2023
25 avril après bourse	Ventes et information financière 1 ^{er} trimestre 2024
23 mai 14h30	Assemblée Générale
25 juillet avant bourse	Ventes et Résultats 1 ^{er} semestre 2024
24 octobre après bourse	Ventes et informations financières 9 mois 2024

Investisseurs / Analystes

Groupe SEB
Direction Communication Financière et IR

Raphael Hoffstetter
Guillaume Baron

comfin@groupeseb.com

Tél. +33 (0) 4 72 18 16 04

Presse

Groupe SEB
Direction de la Communication Corporate

Cathy Pianon
Anissa Djaadi
Marie Leroy

presse@groupeseb.com

Tél. + 33 (0) 6 33 13 02 00
Tél. + 33 (0) 6 88 20 90 88
Tél. + 33 (0) 6 76 98 87 53

Image Sept
Caroline Simon
Claire Doligez
Isabelle Dunoyer de Segonzac

caroline.simon@image7.fr
cdoligez@image7.fr
isegonzac@image7.fr

Tél. : +33 (0) 1 53 70 74 70

Et retrouvez-nous aussi sur www.groupeseb.com



Référence mondiale du Petit Equipement Domestique, le Groupe SEB déploie son activité en s'appuyant sur un portefeuille de 35 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 33 000 collaborateurs.

SEB SA ■

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