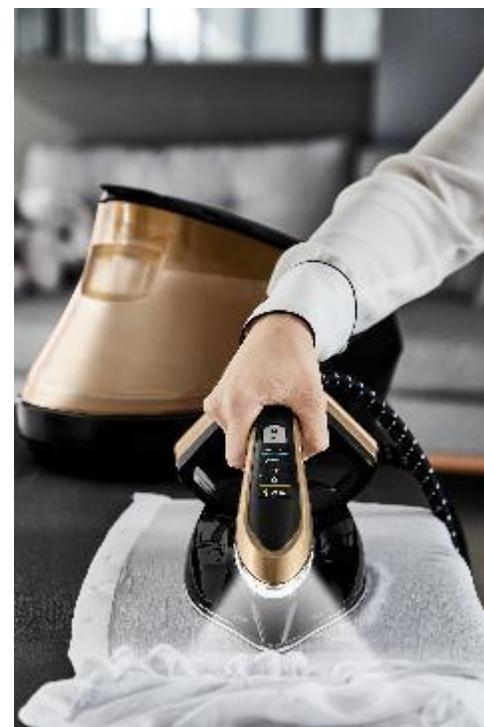


VENTES ET RÉSULTATS SEMESTRIELS 2023

Ecully | 27 juillet 2023

Suivez le webcast de la réunion (en anglais uniquement)
en cliquant [ici](#) ou sur www.groupeseb.com



VENTES ET RÉSULTATS SEMESTRIELS 2023

NOTE

Cette présentation peut contenir des déclarations de nature prévisionnelle concernant l'activité, les résultats et la situation financière du Groupe SEB. Ces anticipations reposent sur des hypothèses qui semblent raisonnables à ce stade, mais qui dépendent de facteurs exogènes tels que l'évolution des cours des matières premières, des parités monétaires, de la conjoncture économique, de la demande sur les grands marchés du Groupe et de l'impact 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 à l'AMF.

- 1. Amélioration de la performance au 1^{er} semestre**
- 2. Analyse des résultats**
- 3. Bilan et structure financière**
- 4. Conclusion et perspectives**
- 5. Annexes**



SUMMARY



01

AMÉLIORATION DE LA
PERFORMANCE AU
1^{ER} SEMESTRE

Un environnement économique qui reste difficile

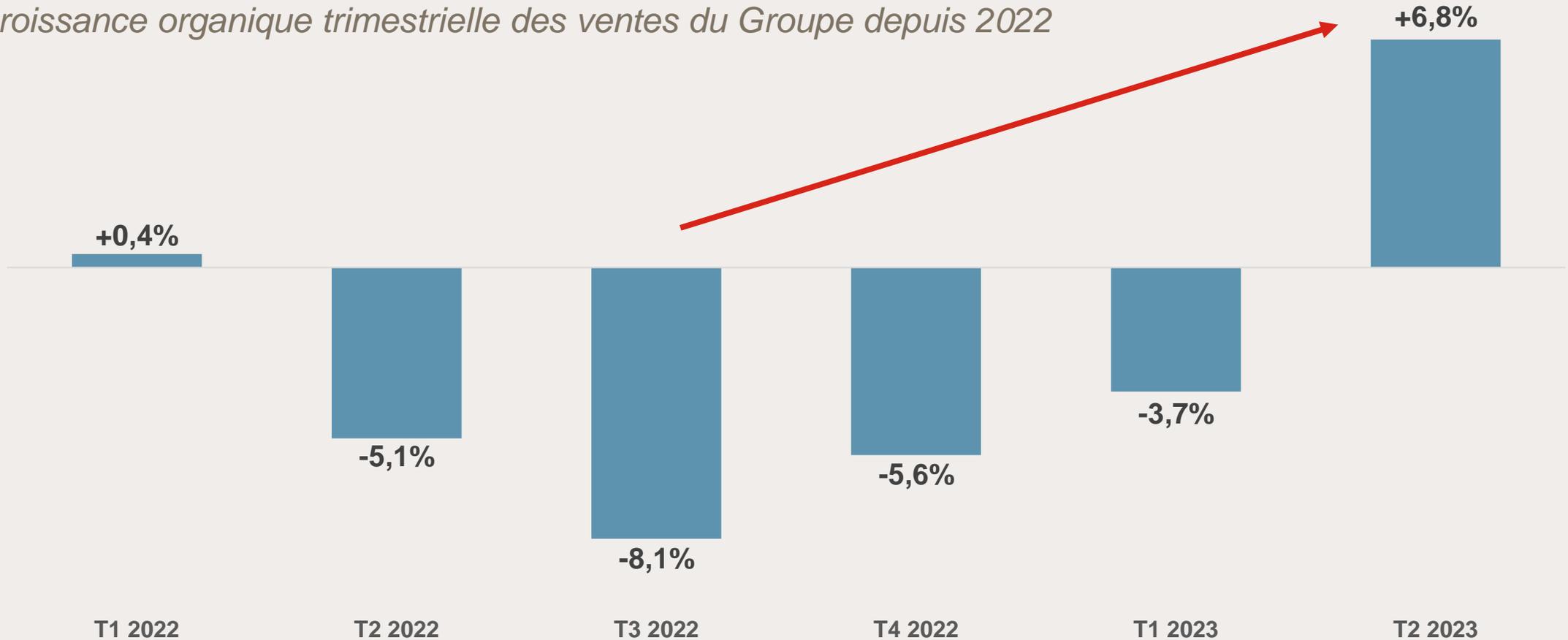
- **Contexte macroéconomique et géopolitique encore incertain**
- **Normalisation de la demande post COVID pour le petit équipement domestique, mais toujours inégale en fonction des marchés**
- **Déstockage des distributeurs, niveaux de stocks inférieurs aux niveaux historiques**

Le groupe renoue avec une croissance organique comme anticipé

- **Retour à la croissance organique pour l'activité Grand Public au T2**
- **Dynamique remarquable de l'activité Professionnelle**
- **Amélioration progressive des marges, comme attendu**

Une nette amélioration depuis le point bas, atteint au 3^{ème} trimestre 2022

Croissance organique trimestrielle des ventes du Groupe depuis 2022



Chiffres clés à fin juin 2023

Ventes S1
3 612 M€

- 1,5 % + 1,3 % à tcpc

Ventes T2
1 790 M€

+ 2,3 % + 6,8 % à tcpc

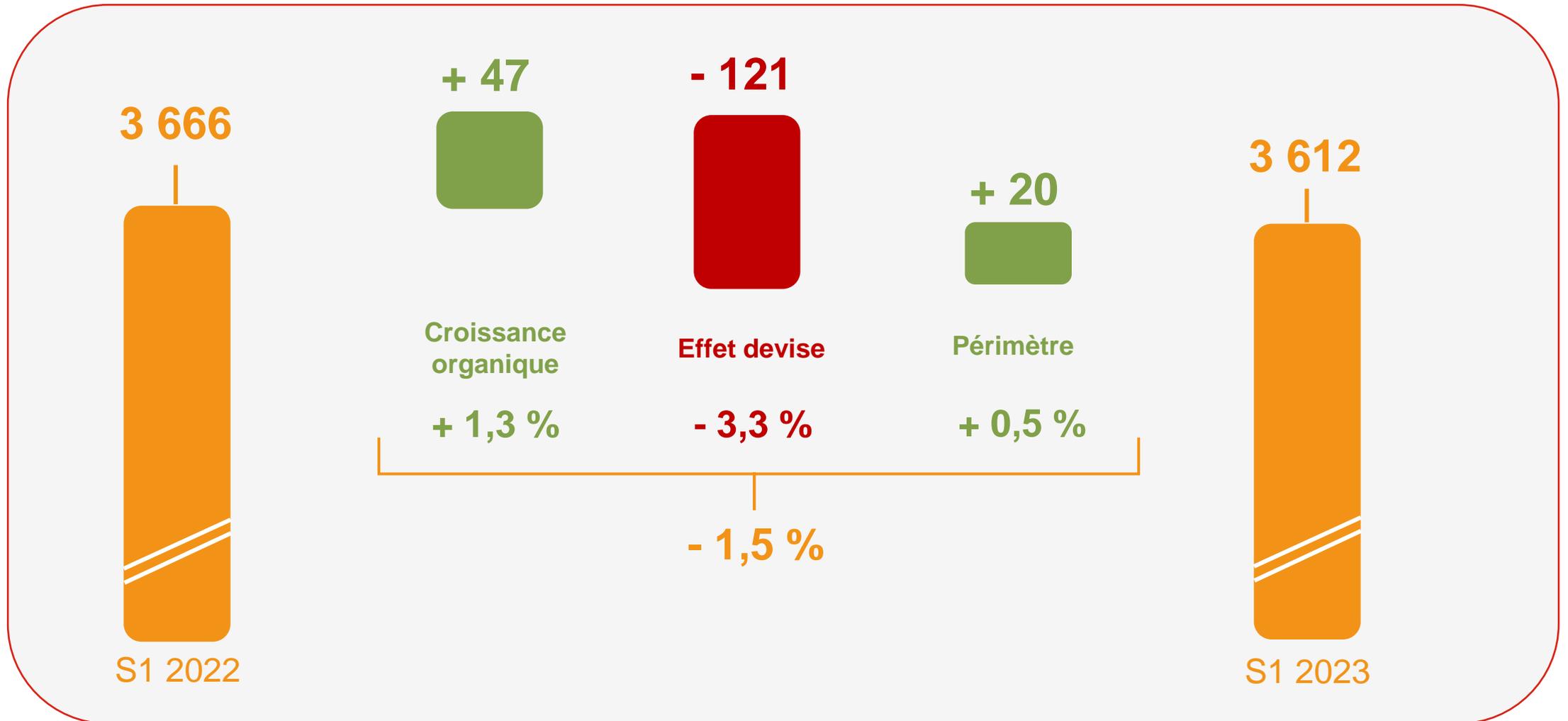
ROPA S1
180 M€, MOP 5,0 %
vs 199 M€ en S1 2022

ROPA T2
115 M€, MOP 6,4 %
vs 59 M€ au T2 2022

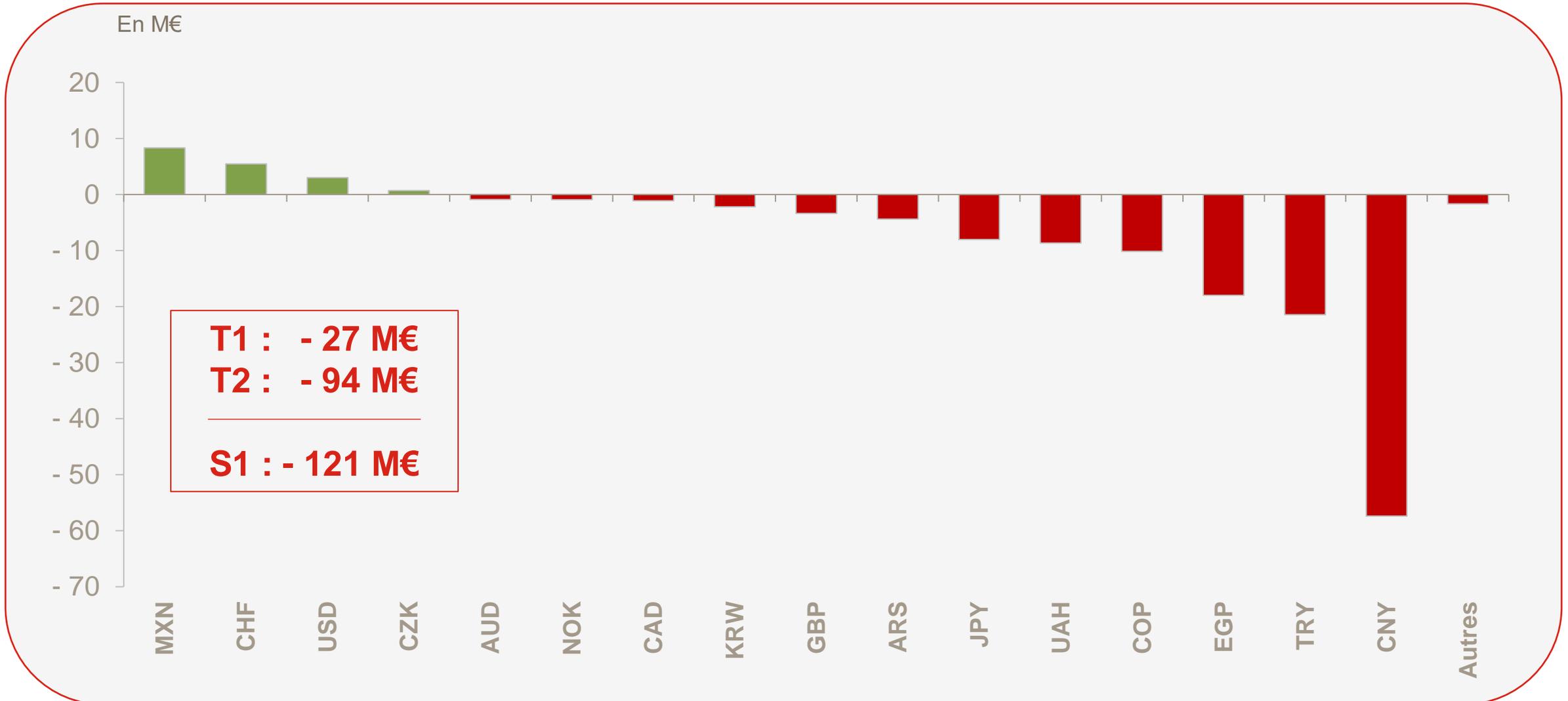
Dette nette au 30/06/23
2 346 M€
vs 2 447 M€ au 30/06/2022

Retour de la croissance organique au 1^{er} semestre

Ventes en M€

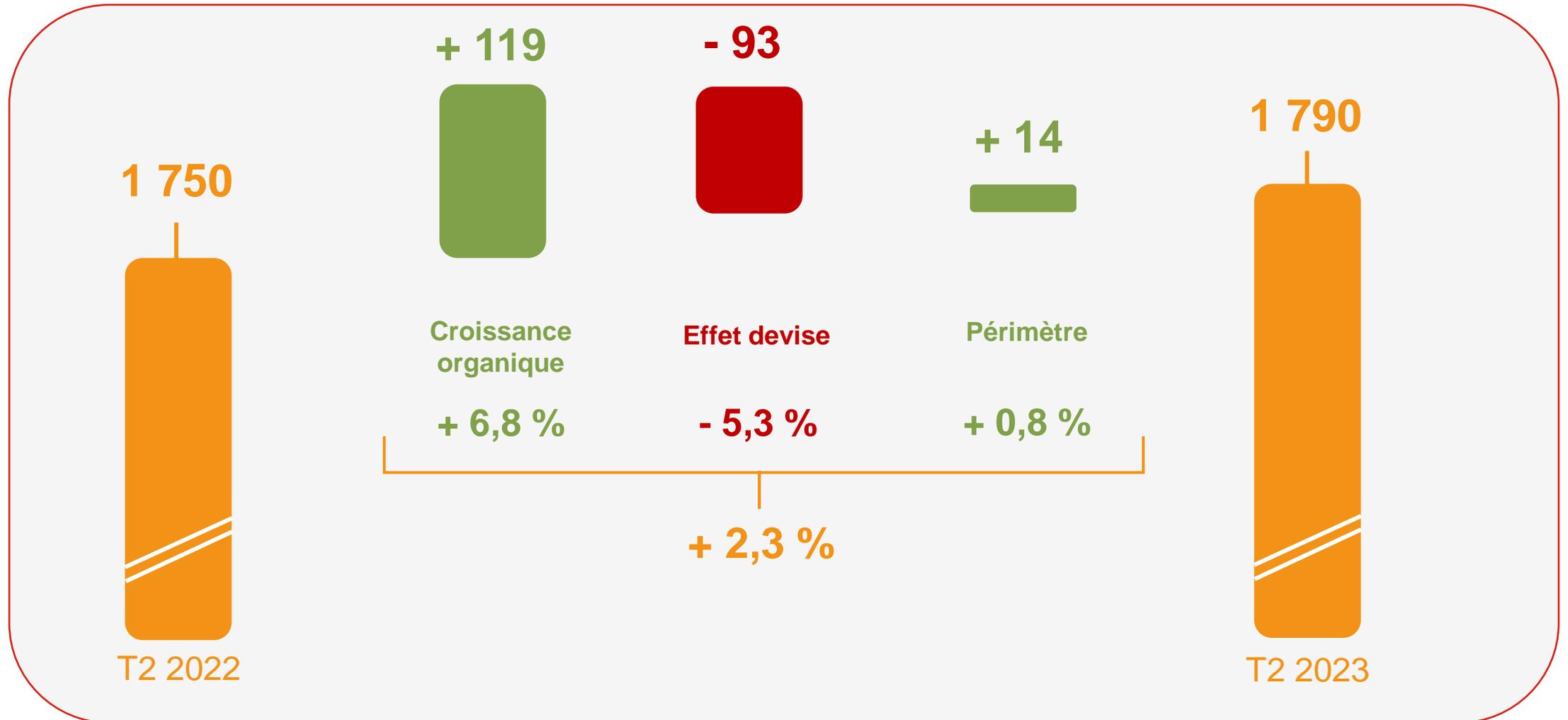


Un effet de change de plus en plus pénalisant tout au long du 1^{er} semestre



Solide croissance organique au 2^{ème} trimestre : + 6,8 %.

Ventes en M€



Chiffre d'affaires du 2^{ème} trimestre par activité



Ventes T2
1 790 M€
+ 2,3 % **+ 6,8 % à tpc**



Professionnel
226 M€
+ 29,6 % **+ 21,0 % à tpc**

Grand Public
1 565 M€
- 0,7 % **+ 5,2 % à tpc**

Ventes du 1^{er} semestre par zone géographique

| En M€ | | S1 2022 | S1 2023 | Δ 23-22 publié | Δ 23-22 À tcpc | T2 23 vs 22 À tcpc |
|------------------|---------------------------|--------------|--------------|-------------------|-------------------|-----------------------|
| EMEA | TOTAL | 1 494 | 1 489 | - 0,3 % | + 3,1 % | +12,8% |
| | Europe occidentale | 1 072 | 1,029 | - 4,0 % | - 3,7 % | +3,3% |
| | Autres pays | 422 | 460 | + 9,0 % | + 20,5 % | +37,3% |
| AMERIQUES | TOTAL | 515 | 458 | - 11,1 % | - 10,0 % | -6,6% |
| | Amérique du Nord | 358 | 315 | - 12,1 % | - 14,5 % | -7,4% |
| | Amérique du Sud | 157 | 143 | - 8,7 % | + 0,4 % | -5,1% |
| ASIE | TOTAL | 1 327 | 1 231 | - 7,3 % | - 2,2 % | +2,2% |
| | Chine | 1,054 | 998 | - 5,3 % | + 0,1 % | +5,5% |
| | Autres pays | 273 | 232 | - 15,0 % | - 11,1 % | -9,4% |
| | TOTAL Grand Public | 3 336 | 3 177 | - 4,7 % | - 1,0 % | +5,2% |
| | Professionnel | 330 | 435 | + 31,7 % | + 24,8 % | +21,0% |
| | Groupe SEB | 3 666 | 3 612 | - 1,5 % | + 1,3 % | +6,8% |

% calculés sur chiffres non arrondis

1 Focus sur l'activité
Professionnelle

2 Focus sur l'activité
Grand Public



Forte performance de l'activité professionnelle

Ventes S1 **435 M€**

+ 31,7 % + 24,8 % à tpc

T2: + 29,6 % + 21,0 % à tpc



- Croissance remarquable sur les principaux marchés historiques (Allemagne, États-Unis, Royaume-Uni), la meilleure performance venant de Chine
- Répartition équilibrée entre les grands contrats et l'activité courante (ventes de machines et services)
- Deux acquisitions au S1 : La San Marco et Pacojet

Acquisition 1^{er} semestre 2023 – La San Marco

Consolidation dans les comptes du Groupe depuis le 2^e trimestre 2023

Ventes
2022 :
20 M€

LEVA LUXURY MULTIBOILER

Pionieri
dell'espresso.
Dal 1920.



Espresso coffee machines since 1920



Acquisition 1^{er} semestre 2023 – Pacojet

Consolidation dans les comptes du Groupe à partir du 3^e trimestre 2023

Ventes
2022 :
24 M€



1 Focus sur l'activité
professionnelle

2 Focus sur l'activité
Grand Public



L'activité Grand Public renoue avec la croissance organique au 2^{ème} trimestre

Ventes S1 **3 177 M€**

- 4,7 % - 1,0 % à tpc

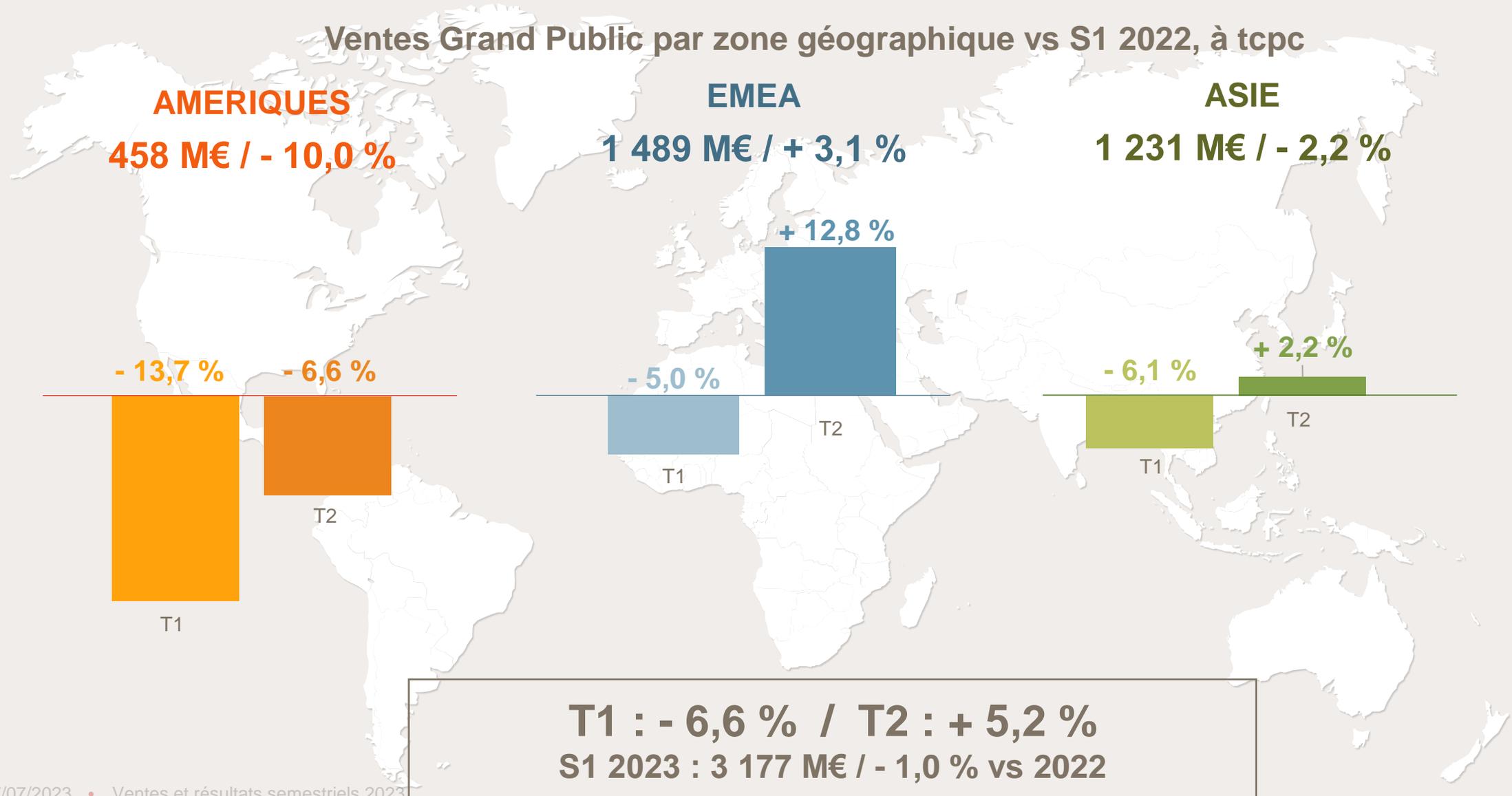
T2 : - 0,7 % + 5,2 % à tpc



- Croissance tirée par l'Europe de l'Ouest, Centrale et de l'Est et la Chine
- Catégories championnes : casseroles et poêles gammes Ingenio ainsi que Renew en céramique, bouteilles et mugs isothermes, friteuses sans huile, cuiseurs à riz et bouilloires, soin du linge (fers à vapeurs et défroisseurs), ventilateurs
- Acquisition de Forge Adour, le Groupe devient le leader européen de la plancha

Amélioration séquentielle de l'activité Grand Public au 2^{ème} trimestre, dans toutes les régions

Ventes Grand Public par zone géographique vs S1 2022, à tcpc



Ventes S1 1 489 M€
 - 0,3 % + 3,1 % à tcpc

| Ventes T2 / M€ | 2022 | 2023 | Publié | À tcpc |
|--------------------|------------|------------|----------------|-----------------|
| Europe occidentale | 490 | 505 | + 3,0 % | + 3,3 % |
| Autres pays EMEA | 190 | 224 | + 17,6 % | + 37,3 % |
| Total EMEA | 680 | 729 | + 7,1 % | + 12,8 % |



- Retour de la croissance dans la plupart des pays de la zone
- Croissance à deux chiffres en France au T2, stimulée par le soin du linge, l'entretien des sols et les articles culinaires (LP)
- Allemagne toujours en territoire négatif au T2 mais amélioration séquentiellement dans un environnement macroéconomique difficile
- Forte croissance des autres pays de la zone au T2, grâce à de solides performances en Europe Centrale et de l'Est, en Turquie et en Egypte

Ventes S1 458 M€
 - 11,1 % - 10,0 % à tpc

| Ventes T2 / M€ | 2022 | 2023 | Publié | À tpc |
|------------------------|------------|------------|----------------|----------------|
| Amérique du Nord | 185 | 172 | - 6,9 % | - 7,4 % |
| Amérique du Sud | 87 | 74 | - 15,0 % | - 5,1 % |
| Total Amériques | 271 | 246 | - 9,5 % | - 6,6 % |



- Amélioration séquentielle des ventes au T2 en Amérique du Nord malgré la poursuite du déstockage dans la distribution et d'une faible demande sous-jacente
- Consolidation du leadership en articles culinaires aux Etats-Unis
- Augmentation à deux chiffres des ventes au T2 au Mexique, grâce à une demande forte et structurelle
- Baisse du chiffre d'affaires en Amérique du Sud en raison d'une base de comparaison élevée en Colombie et d'un environnement très concurrentiel au Brésil

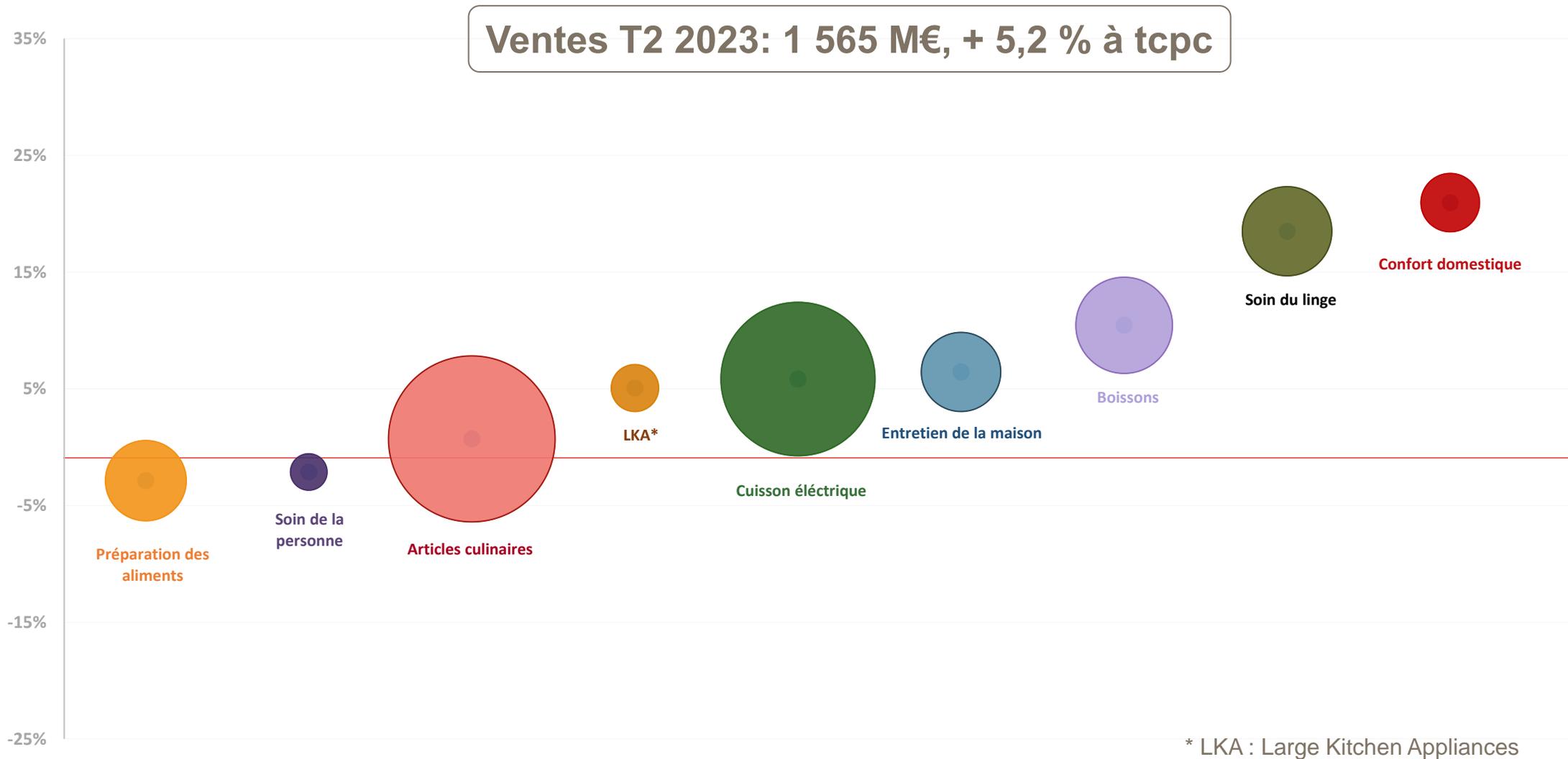
S1 Sales 1 231 M€
 - 7,3 % - 2,2 % à tcpc

| Ventes T2 / M€ | 2022 | 2023 | Publié | À tcpc |
|--------------------|------------|------------|----------------|----------------|
| Chine | 485 | 471 | - 2,7 % | + 5,5 % |
| Autres pays d'Asie | 139 | 119 | - 14,7 % | - 9,4 % |
| Total Asia | 624 | 590 | - 5,4 % | + 2,2 % |



- Retour de la croissance organique en Chine au 2^e trimestre grâce au succès de la stratégie de premiumisation et au lancement de nombreux nouveaux produits
- Supor a continué de gagner des parts de marché sur l'ensemble de ses grandes catégories de produits
- Confiance dans notre capacité à générer une croissance organique du chiffre d'affaires au second semestre en Chine malgré un environnement de marché qui restera incertain
- Demande sous-jacente faible au Japon et en Corée du Sud
- Les autres marchés de la région ont été impactés par la faiblesse de la revente finale aux consommateurs et le fort déstockage des distributeurs

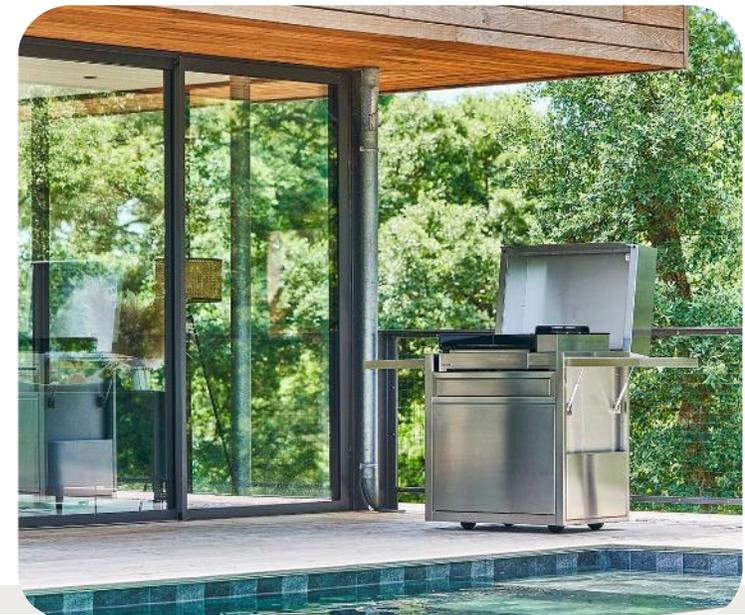
Variation des ventes Grand Public par catégorie de produits (Ventes T2 2023 vs 2022, à tcpc)



Acquisition 1^{er} semestre 2023 – Forge Adour

Consolidation dans les comptes du Groupe à partir du 3^e trimestre 2023

Ventes
2022 :
25 M€



De nouvelles plateformes logistiques en France pour optimiser les stocks et les livraisons



Bully-Les-Mines (Hauts de France)

- Investissement de 80 M€
- Dédié aux produits PEM pour l'Europe Occidentale
- Opérationnelle depuis avril 2023
- Certification *BREEAM** « *very good* »

* BREEAM : Building Research Establishment Environmental Assessment Method

- Investissement de 30 M€
- Dédié aux articles culinaires pour l'Europe de l'Ouest
- Opérationnelle en 2025

Til-Châtel (Bourgogne)





02

ANALYSE DES
RESULTATS

Résultat Opérationnel d'Activité (ROPA)

| En M€ | S1 2022 | S1 2023 | Δ | Δ LFL | T2 2022 | T2 2023 | Δ |
|-------------|------------|------------|---------------|--------------|-----------|------------|---------------|
| Ventes | 3 666 | 3 612 | - 1,5% | + 1,3% | 1 750 | 1 790 | + 2,3% |
| ROPA | 199 | 180 | - 19M€ | - 1M€ | 59 | 115 | + 56M€ |
| <i>MOP</i> | 5,4% | 5,0% | -0,4pt | -0,1pt | 3,4% | 6,4% | + 3,0pts |

Construction du ROPA : 1^{er} semestre 2022 → 2023

En M€



Moyens moteurs – 1^{er} semestre

| In €m | 2022 | 2023 | Δ tpc |
|-----------------------------|------------|------------|----------------|
| Innovation | 136 | 142 | + 5,8 % |
| Publicité et marketing | 304 | 255 | - 12,9 % |
| Total moyens moteurs | 440 | 397 | - 7,2 % |

Du ROPA au Résultat net – 1^{er} semestre

En M€

2022

2023

Résultat Opérationnel d'Activité (ROPA)

199

180

Intéressement et participation

- 13

- 11

Autres produits et charges d'exploitation

- 7

- 9

Résultat d'exploitation

179

160

Résultat financier

- 47

- 32

Impôts

- 31

- 31

Intérêts minoritaires

- 30

- 21

Résultat net

72

76

03

**BILAN ET
STRUCTURE
FINANCIÈRE**

Bilan simplifié

En M€

| | 30/06/2022 | 31/12/2022 | 30/06/2023 |
|------------------------------------|--------------|--------------|--------------|
| Actif immobilisé | 4 584 | 4 651 | 4 710 |
| BFR d'exploitation | 1 808 | 1 393 | 1 427 |
| Total des actifs à financer | 6 392 | 6 044 | 6 137 |
| Fonds propres | 3 406 | 3 449 | 3 154 |
| Provisions | 307 | 272 | 272 |
| Autres actifs et passifs courants | 232 | 350 | 365 |
| Dette financière nette* | 2 447 | 1 973 | 2 346 |
| Total des financements | 6 392 | 6 044 | 6 137 |

*Dont 335 M€ au 06/2022, 350 M€ au 12/2022 et 352 M€ au 06/2023 d'impact IFRS16

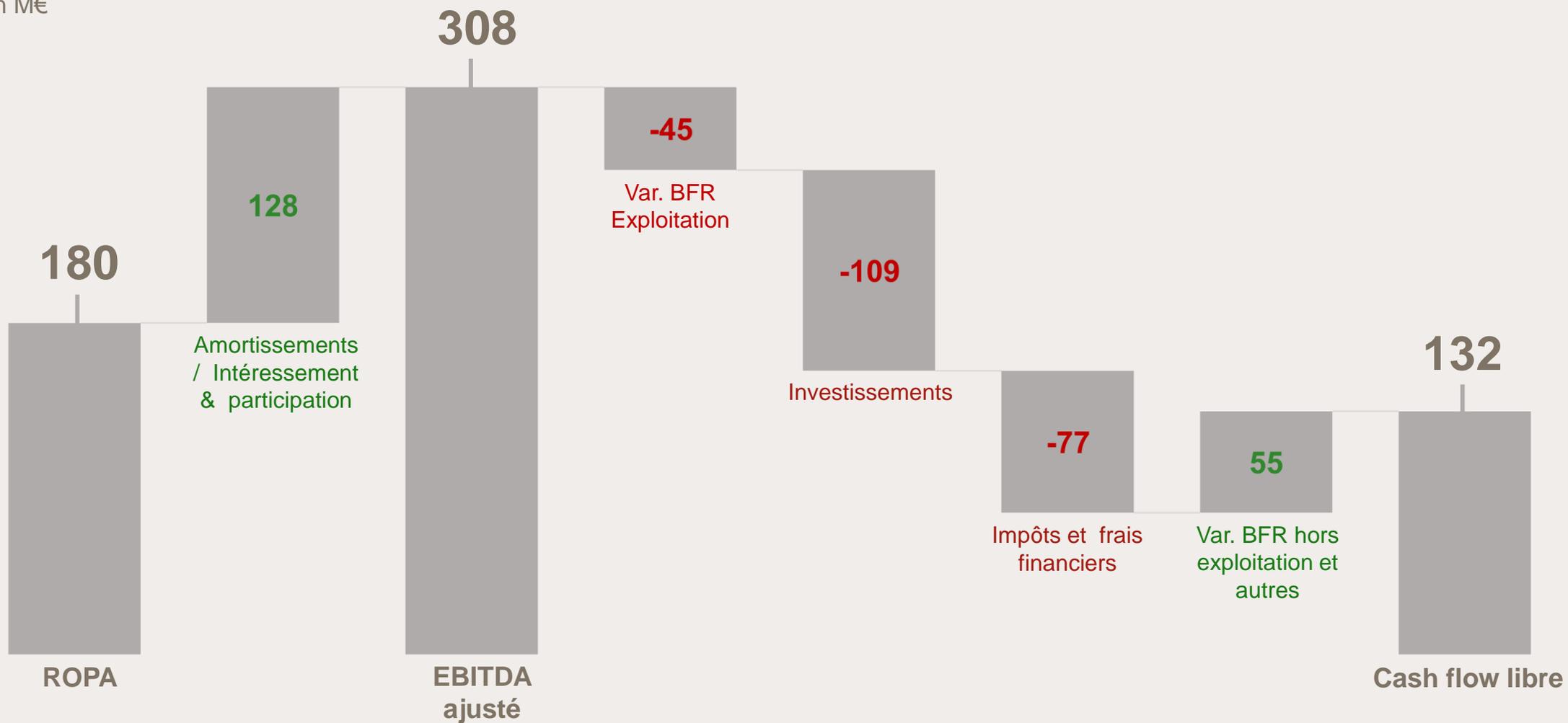
Evolution du Besoin en Fonds de Roulement d'exploitation

| | S1 2022 | | 31/12/2022 | | S1 2023 | |
|---------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| | M€ | % CA* | M€ | % CA* | M€ | % CA* |
| Stocks | 2 241 | 27,6% | 1 682 | 21,1% | 1 625 | 20,6% |
| Créances Clients | 676 | 8,3% | 645 | 8,1% | 694 | 8,8% |
| Dettes Fournisseurs | - 1 109 | -13,6% | - 933 | - 11,7% | - 893 | - 11,3% |
| BFR | 1 808 | 22,3% | 1 393 | 17,5% | 1 426 | 18,1% |

* 12 mois glissants

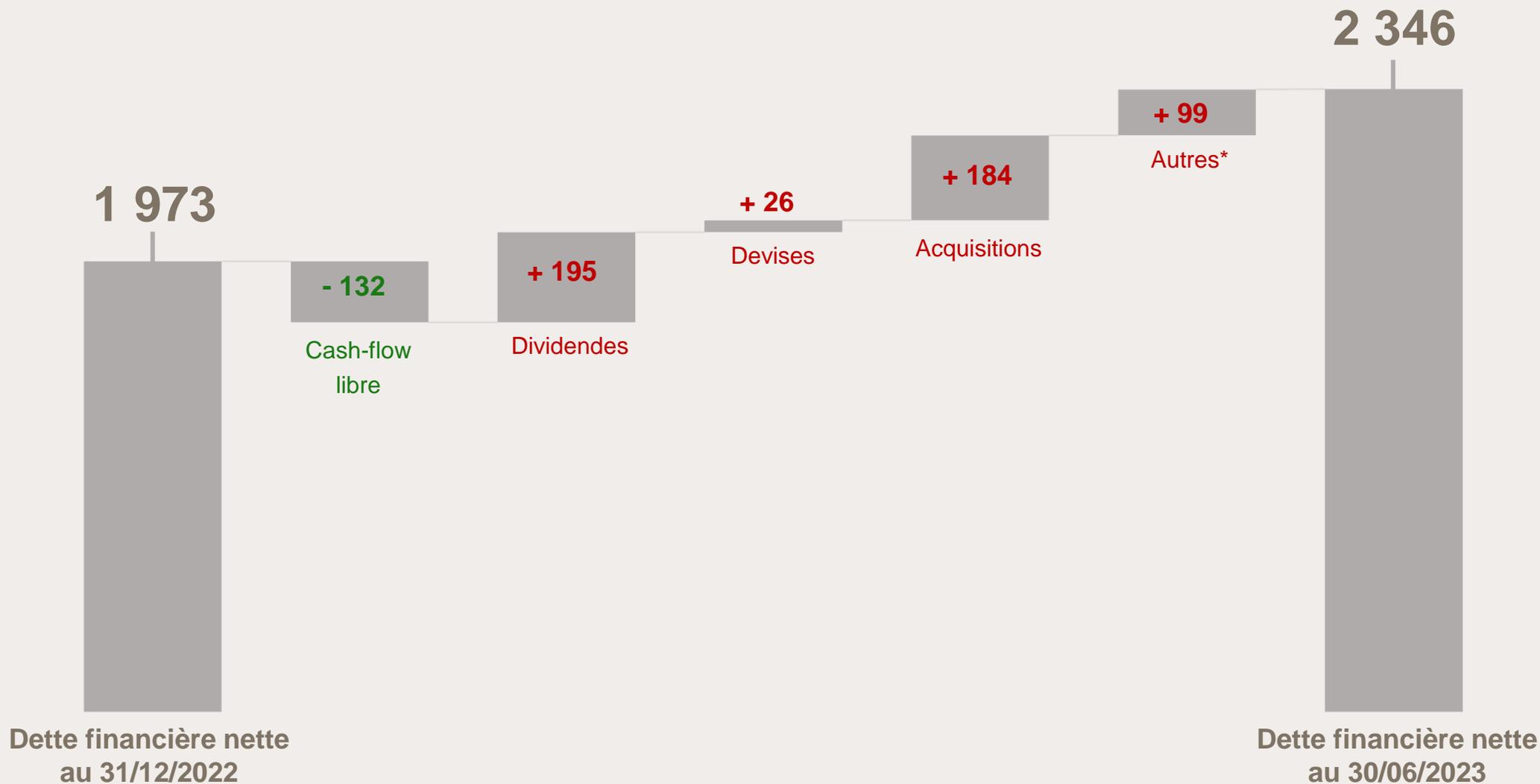
Génération de cash-flow libre

En M€



Evolution de l'endettement financier net

In €m



Ratios financiers au 30 juin

BFR d'exploitation en % des ventes



Dettes financières nettes/Fonds propres



Dettes financières nettes/ EBITDA ajusté*





04

CONCLUSION ET
PERSPECTIVES

Principaux enseignements des résultats du S1

- **Retour à la croissance organique de l'activité Grand Public au T2**
- **Excellente dynamique de l'activité Professionnelle**
- **Amélioration progressive de la marge comme attendu**

- **Poursuite de la croissance des ventes et du ROPA au S2**
- **Confiance dans les perspectives de croissance à long terme du secteur**

Mesures visant à atténuer les effets d'un environnement de change défavorable

- **Fluctuations des devises de plus en plus défavorables, renforcement de l'Euro attendu pour le second semestre**
 - Impact négatif prononcé sur les ventes publiées du Groupe
 - Sur la base des taux de change actuels, impact négatif estimé à environ 5 % des ventes du Groupe pour l'année

- **L'impact négatif des taux de change sur l'ORFA du Groupe sera neutralisé par :**
 - Hausses de prix pour compenser la dépréciation des devises dans les marchés émergents (TRY, EGP, ARS, RUB, UAH, BRL)
 - Effet positif de la baisse des coûts du fret, des matières premières et des composants pour compenser des résultats de couverture de change moins favorables qu'en 2022

2023

Ventes du Groupe :

- Croissance d'environ 5 % à tcpc avec
 - ✓ Une croissance positive à tcpc de l'activité Grand Public
 - ✓ Une forte croissance à tcpc de l'activité Professionnelle

ROPA :

- Croissance d'au moins 10 %



**MERCI POUR
VOTRE ATTENTION**

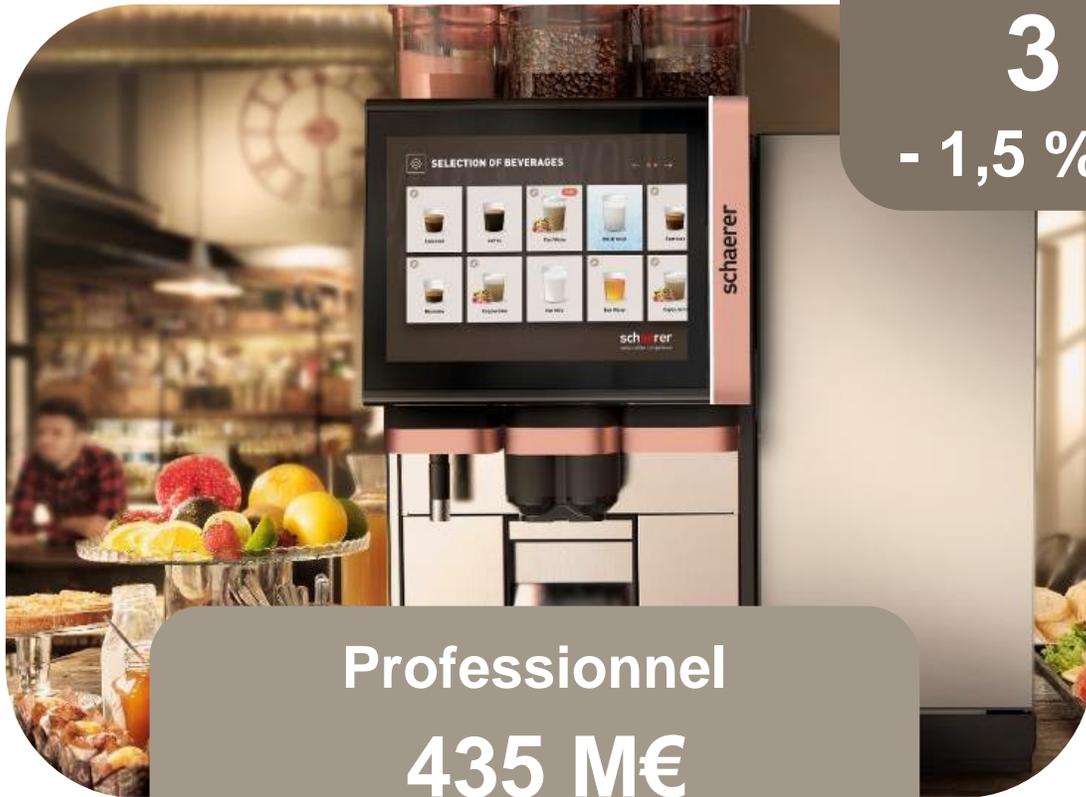


**QUESTIONS /
RÉPONSES**

05

ANNEXES

Retour à une croissance organique positive au 1^{er} semestre



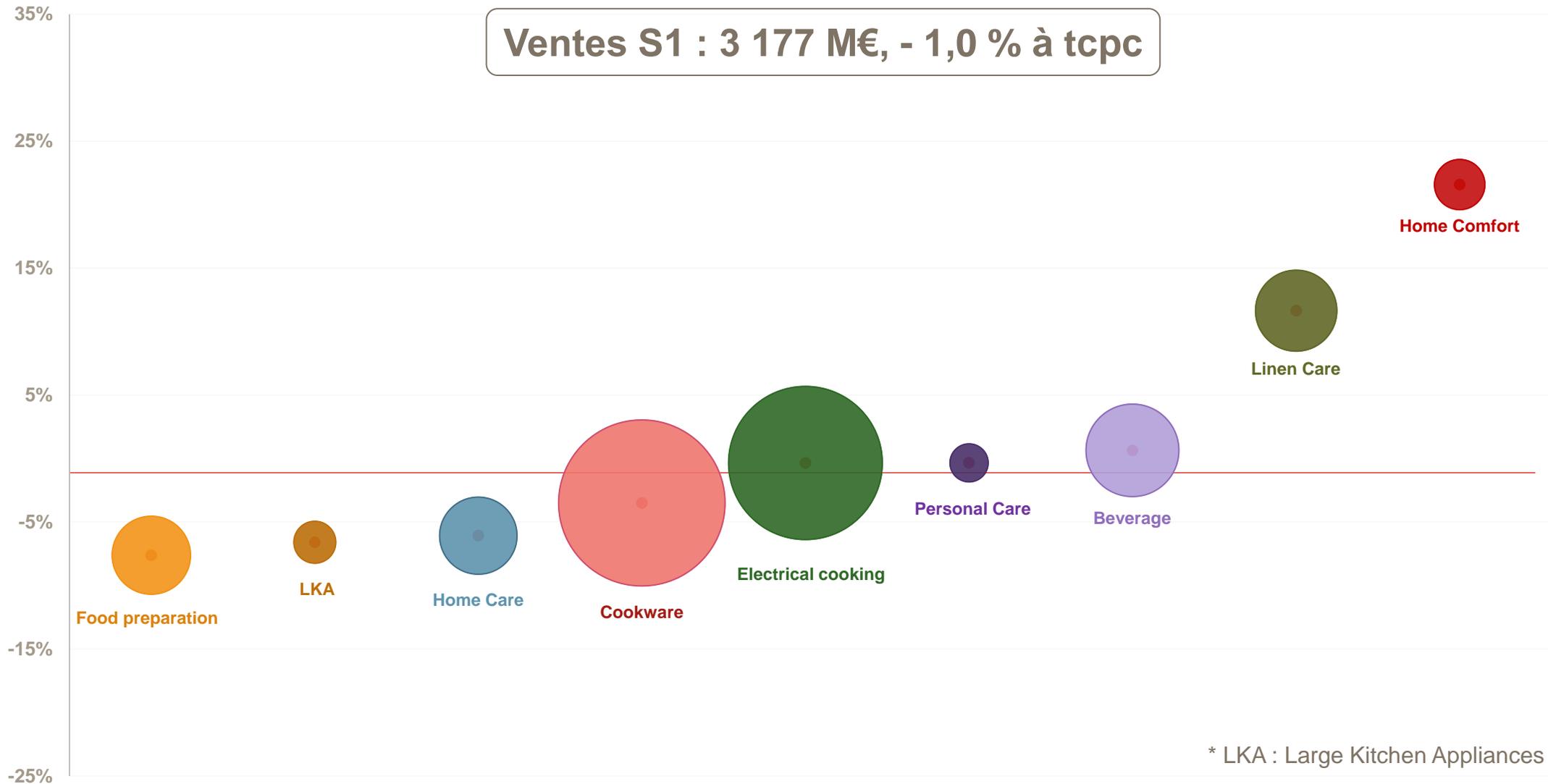
Ventes S1
3 612 M€
- 1,5 % + 1,3 % à tpc



Professionnel
435 M€
+ 31,7 % + 24,8 % à tpc

Grand Public
3 177 M€
- 4,7 % - 1,0 % à tpc

Variations des ventes Grand Public par catégorie de produits (Ventes S1 2023 vs S1 2022, à tcpc)



Ventes 1^{er} trimestre par zone géographique

| En M€ | | T1 2022 | T1 2023 | Δ 23-22 publié | Δ 23-22 À tpc |
|------------------|---------------------------|--------------|--------------|-------------------|------------------|
| EMEA | TOTAL | 813 | 760 | - 6,5 % | - 5,0 % |
| | Europe occidentale | 582 | 524 | - 9,9 % | - 9,6 % |
| | Autres pays | 231 | 236 | + 2,0 % | + 6,7 % |
| AMERIQUES | TOTAL | 243 | 212 | - 12,8 % | - 13,7 % |
| | Amérique du Nord | 173 | 143 | - 17,6 % | - 22,1 % |
| | Amérique du Sud | 70 | 69 | - 0,8 % | + 7,2 % |
| ASIE | TOTAL | 703 | 640 | - 8,9 % | - 6,1 % |
| | Chine | 569 | 527 | - 7,4 % | - 4,6 % |
| | Autres pays | 134 | 113 | - 15,3 % | - 12,9 % |
| | TOTAL Grand Public | 1 760 | 1 613 | - 8,4 % | - 6,6 % |
| | Professionnel | 156 | 209 | + 34,1 % | + 29,1 % |
| | Groupe SEB | 1 915 | 1 822 | - 4,9 % | - 3,7 % |

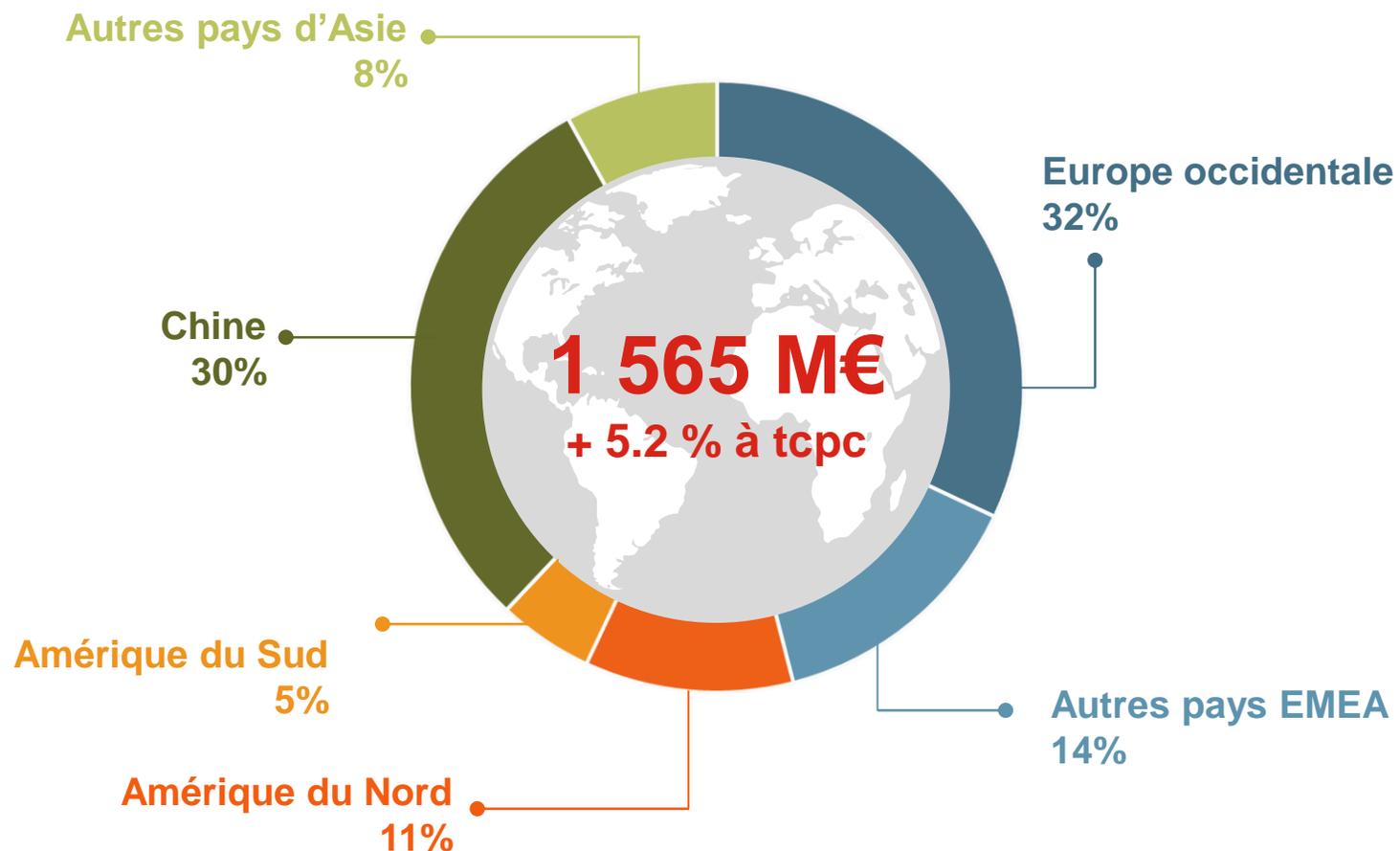
% calculés sur chiffres non arrondis

Ventes 2^{ème} trimestre par zone géographique

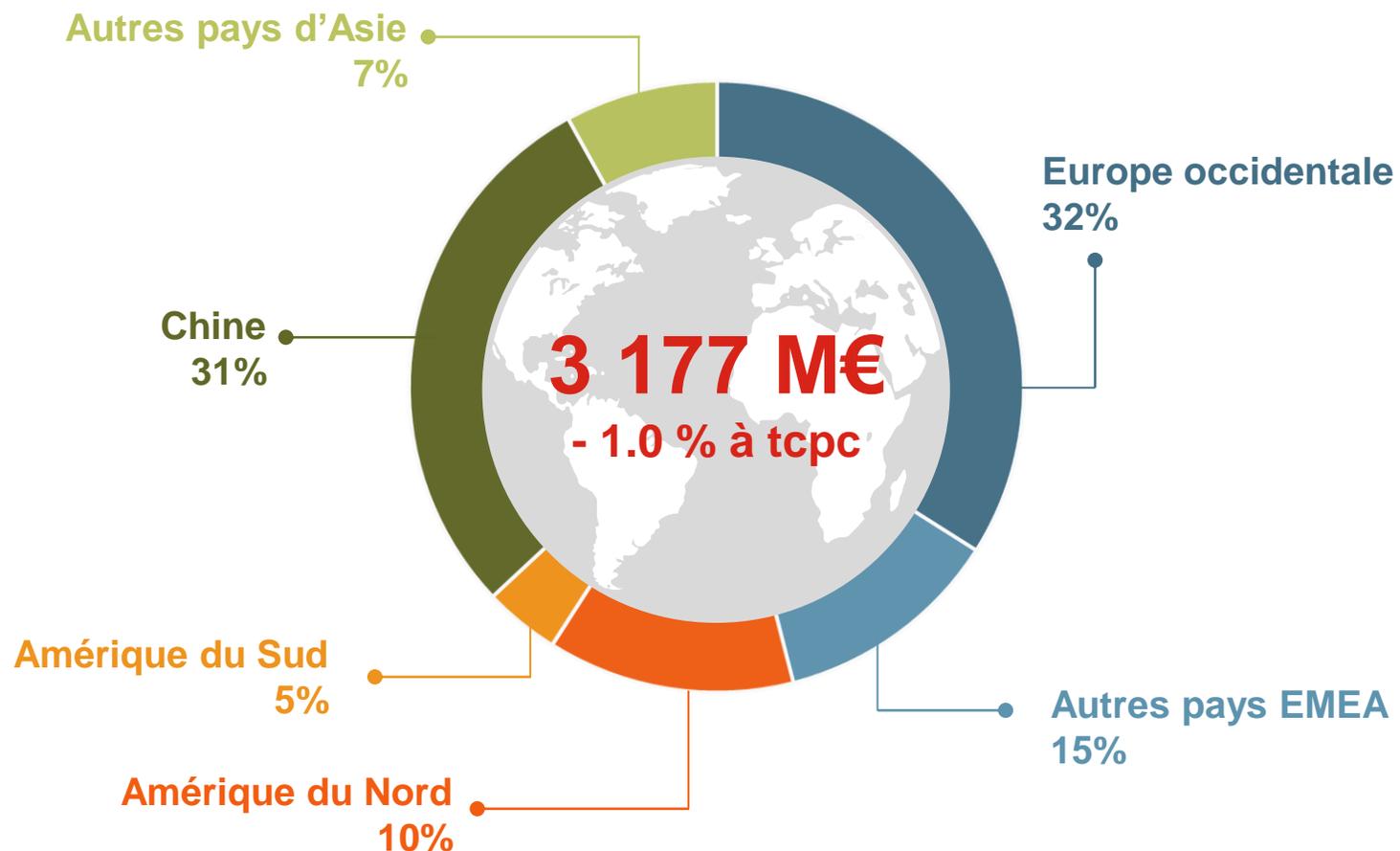
| En M€ | | T2 2022 | T2 2023 | Δ 23-22 publié | Δ 23-22 tcdc |
|-----------|---------------------------|--------------|--------------|-------------------|-----------------|
| EMEA | TOTAL | 680 | 729 | + 7,1 % | + 12,8 % |
| | Europe occidentale | 490 | 505 | + 3,0 % | + 3,3 % |
| | Autres pays | 190 | 224 | + 17,6 % | + 37,3 % |
| AMERIQUES | TOTAL | 271 | 246 | - 9,5 % | - 6,6 % |
| | Amérique du Nord | 185 | 172 | - 6,9 % | - 7,4 % |
| | Amérique du Sud | 87 | 74 | - 15,0 % | - 5,1 % |
| ASIE | TOTAL | 624 | 590 | - 5,4 % | + 2,2 % |
| | Chine | 485 | 471 | - 2,7 % | + 5,5 % |
| | Autres pays | 139 | 119 | - 14,8 % | - 9,4 % |
| | TOTAL Grand Public | 1 576 | 1 565 | - 0,7 % | + 5,2 % |
| | Professionnel | 174 | 226 | + 29,6 % | + 21,0 % |
| | Groupe SEB | 1 750 | 1 790 | + 2,3 % | + 6,8 % |

% calculés sur chiffres non arrondis

Ventes Grand Public 2^{ème} trimestre par zone géographique



Ventes Grand Public 1^{er} semestre par zone géographique



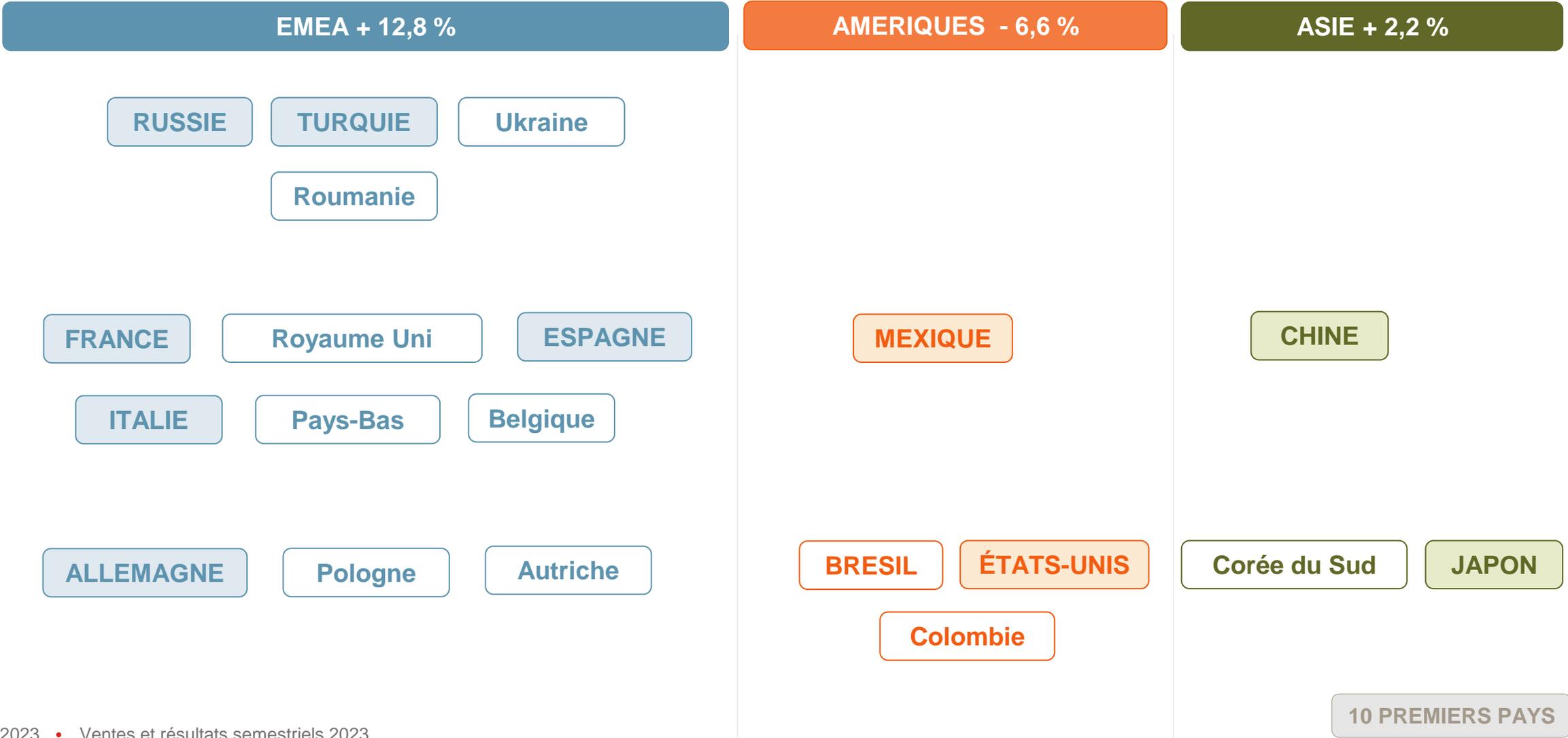
Variation des ventes Grand Public – 20 premiers pays

T2 2023 vs T2 2022, à tcpc

> 20%

0%→20%

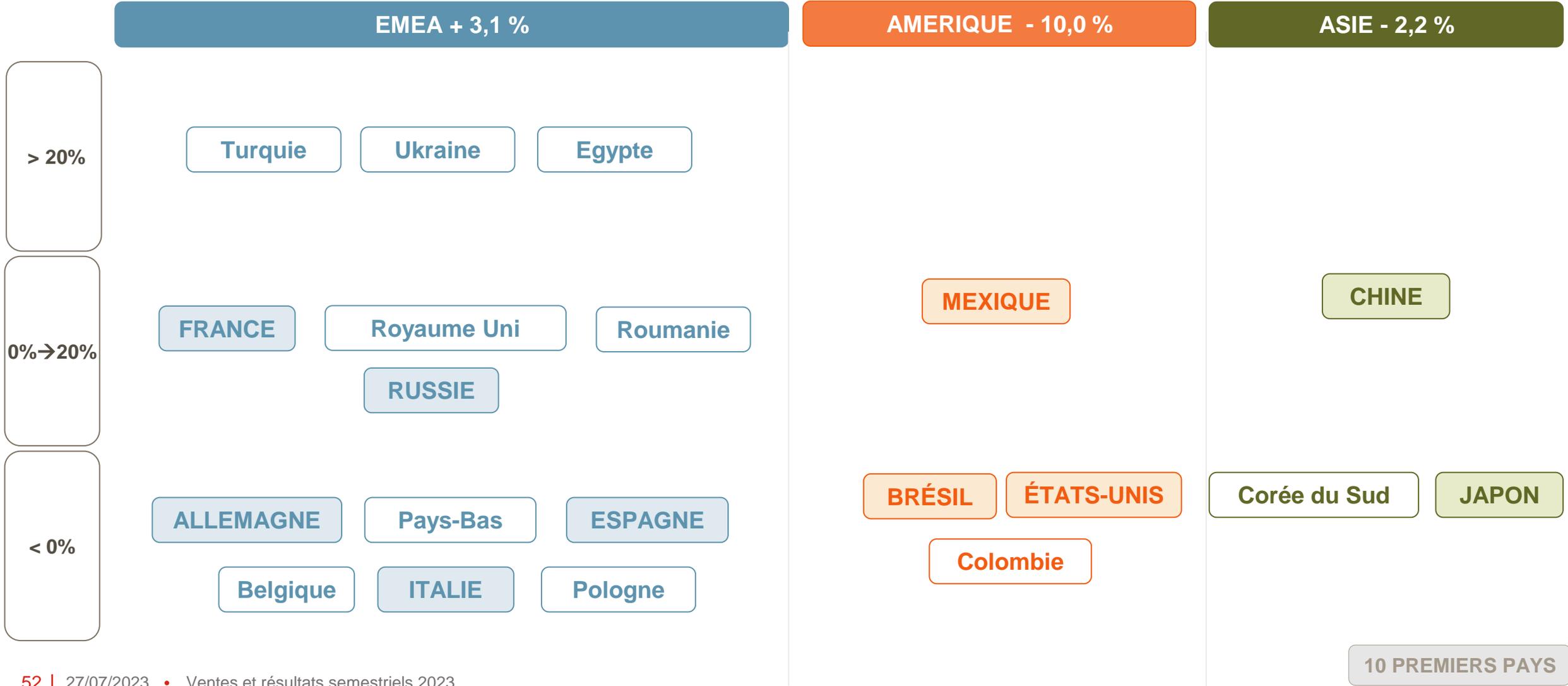
< 0%



10 PREMIERS PAYS

Variation des ventes Grand Public – 20 premiers pays

S1 2023 vs S1 2022, à tcpc



10 PREMIERS PAYS

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.

Dettes financières nettes

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

Programme de fidélisation (LP)

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

Relations Analystes/Investisseurs

Groupe SEB
Direction des Relations Investisseurs
et de la Communication Financière

Olivier Gernandt
Guillaume Baron

ogernandt@groupeseb.com

gbaron@groupeseb.com

Tel : +33 (0) 4 72 18 16 04

comfin@groupeseb.com

www.groupeseb.com



Presse

Groupe SEB
Direction de la Communication Corporate

Cathy Pianon
Anissa Djaadi
Marie Leroy

presse@groupeseb.com

Tel : + 33 (0) 6 33 13 02 00

Tel : + 33 (0) 6 88 20 90 88

Tel : + 33 (0) 6 76 98 87 53

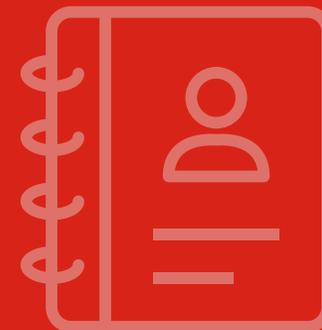
Image Sept
Caroline Simon
Claire Doligez
Isabelle Dunoyer de Segonzac

caroline.simon@image7.fr

cdoligez@image7.fr

isegonzac@image7.fr

Tel.: +33 (0) 1 53 70 74 48



Prochain événement 2023

26 octobre | après bourse

Ventes et informations financières 9 mois 2023



AGENDA