



# RÉSULTATS ANNUELS 2022

Paris | 23 février 2023

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



# RÉSULTATS ANNUELS 2022

## AVERTISSEMENT

Cette présentation 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. Le bilan et le compte de résultat inclus dans le présent communiqué de presse sont extraits des états financiers consolidés au 31 décembre 2022 arrêtés par le Conseil d'administration de SEB SA en date du 22 février 2023. Les procédures d'audit sur ces comptes consolidés ont été effectuées. Le rapport de certification est en cours d'émission.

1. Introduction
2. Principales réalisations opérationnelles
3. Principaux faits marquants en matière de RSE
4. Principaux éléments financiers
5. Conclusion et perspectives
6. Annexes

# SOMMAIRE





01

## INTRODUCTION

## Chiffres-clés 2022 (1/2)

Ventes  
**7 960 M€**  
- 4,7% a tcpc

ROPA €620m  
**MOP 7,8 %**  
- 230 bps

EBITDA ajusté  
**875 M€**  
- 16 %

Résultat net  
**316 M€**  
- 30 %

2022 vs 2021

## Chiffres-clés 2022 (2/2)

**Investissements**

**345 M€**

*4,3 % des ventes*

**Stocks**

**1 682 M€**

*21 % des ventes*

**Dette financière nette**

**1 973 M€**

*Levier x 2,3*

**Dividende \***

**2,45 €**

**Stable vs 2021**

2022 vs 2021

\* qui sera proposé à l'AG du 17 mai 2023

Une stratégie de croissance de longue date fondée sur (1) une gamme de produits complète

## Multi-catégories / activités

### ARTICLES CULINAIRES



### PETIT ÉLECTROMÉNAGER CULINAIRE



### SOIN DE LA MAISON, DU LINGE ET DE LA PERSONNE



### PROFESSIONNEL



## (2) Le portefeuille de marques le plus puissant du marché

### Multi-marques

#### GRAND PUBLIC

##### MONDIALES

**Tefal** **KRUPS** **Rowenta** *Moulinex*

##### RÉGIONALES

**SUPOR** **DASH** **T-fal** **ARNO** **IMUSA**  
**seb** **calor** **emsa** **samurai** **ORIGINAL KAISER** **MAHARAJA WHITELINE**  
**ASIA** **MIRRO** **WearEver** **PANEX**  
**OBH NORDICA** **Rochedo** **clock** **umco**

#### PREMIUM

**WMF**

*Lagostina*

**All-Clad**  
METALCRAFTERS LLC  
CANONSBURG, PA USA

#### PROFESSIONNELLES

**WMF**

**schaerer**  
coffee comes to life

*Curtis*

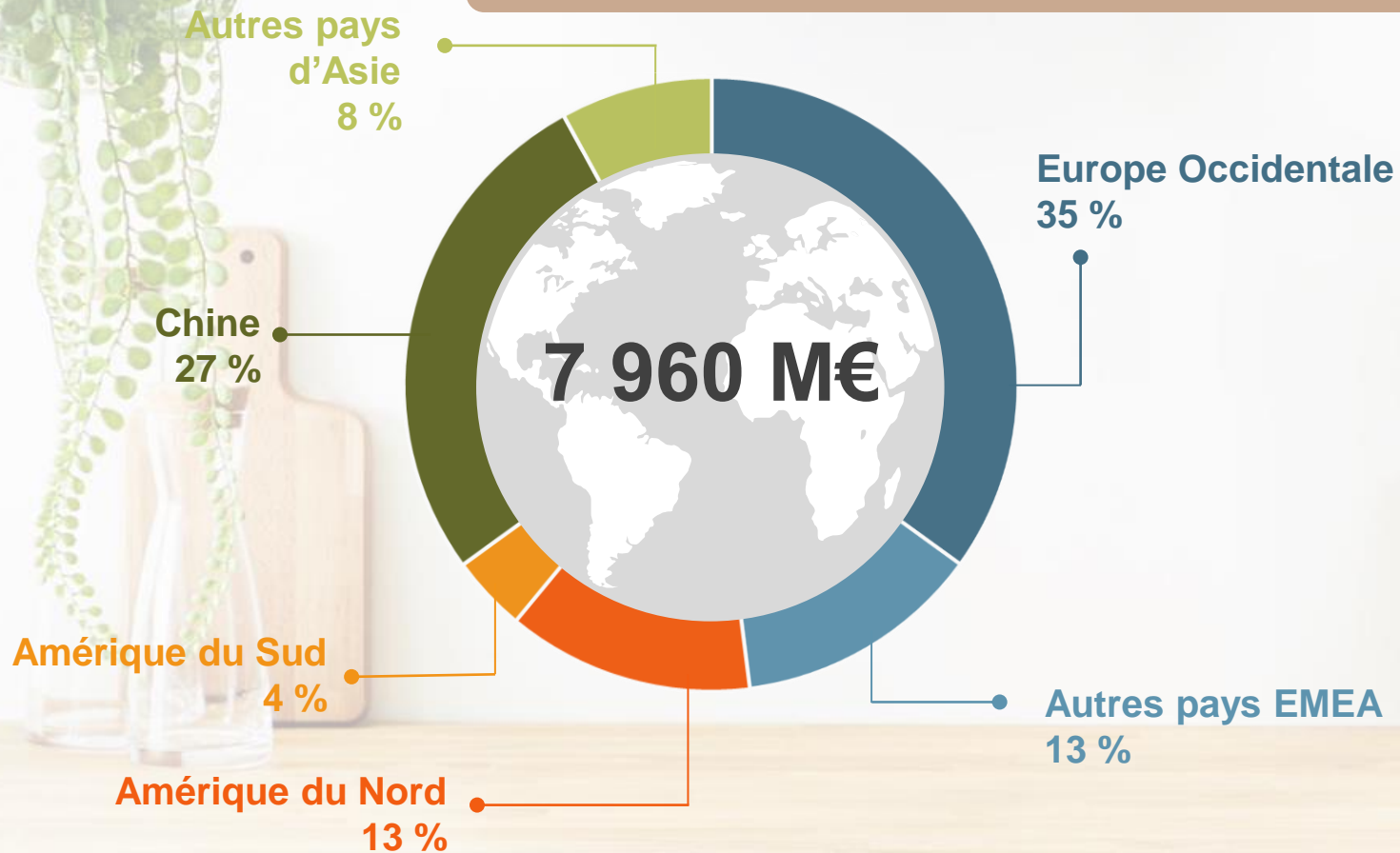
*SM*

**Krampouz**

**zummo**

### (3) Une présence mondiale unique

#### Multi-pays



**150** pays

**Positions de leadership  
#1<sup>er</sup> ou #2<sup>e</sup>**

**> 75 %** des ventes

## (4) La meilleure capacité de distribution multicanale de son industrie

### Multi-canaux\*

#### E-commerce ~ 40 %



#### Grande distribution ~15 %



#### Traditionnel ~ 15 %



#### Spécialistes ~ 15 %



#### Magasins en propre ~ 5 %



#### Autres ~ 10 %



# 02

**PRINCIPALES  
REALISATIONS  
OPERATIONNELLES**

## Principales réalisations opérationnelles en 2022

Maintien d'une forte dynamique de produits

Capitalisation sur des marques fortes

Une présence internationale renforcée

Poursuite des avancées en matière de distribution

Des investissements continus dans la compétitivité

## Principales réalisations opérationnelles en 2022

**Maintien d'une forte dynamique de produits**

**Capitalisation sur des marques fortes**

**Une présence internationale renforcée**

**Poursuite des avancées en matière de distribution**

**Des investissements continus dans la compétitivité**

# L'innovation reste un levier de différenciation et un moteur de croissance essentiel



- Dans l'activité Grand Public, les domaines prioritaires sont les suivants :
  - Les équipements connectés, offrant de nouvelles fonctionnalités et améliorant le confort.
  - L'expérience du consommateur, de l'achat à la fin de vie des produits.
  - L'engagement des consommateurs, basé sur la meilleure compréhension possible des comportements de ces derniers et sur la collecte de données.
  - Une approche éthique et durable
- Approche "Simply the best" pour les produits et les services en Café Professionnel
  - Une expertise incontestable du café pour servir nos clients
  - Technologies avancées et concepts personnalisés
  - Digitalisation → Nouveaux modèles d'affaires, analyses précises des données, expériences uniques pour les clients.

# Les friteuses sans huile, un moteur de croissance majeur en 2022



# Poursuite du déploiement international des produits champions

**+ 70 %**  
de croissance des  
aspirateurs  
versatiles **au cours**  
des 3 dernières  
années



**Rowenta**

**Cookeo Touch**  
haut de gamme  
30% des ventes  
de Cookeo en  
2022  
(x2 vs 2020)



**> 25 %**  
Taux de  
pénétration en  
France et au  
Japon



**Tefal**  
ingenio®

## Lancements de produits réussis

**WMF**



Collection WMF Black utilisant la technologie DLC\*.



**12%**  
des ventes de  
cuiseur à riz en  
2022

Cuiseur à riz avec technologie à infrarouge



Dernière gamme céramique Tefal

## Lancements de produits réussis



**Plus de 1 000 points de vente premium " World of Coffee ", dont 75 % en Allemagne.**

# Forte dynamique dans le secteur du café professionnel



**WMF 9000S+**



**WMF 1500S**



**WMF 1100S**



**WMF BARISTA**

## Poursuite du développement rapide de Schaerer



**Luckin Coffee**  
1<sup>er</sup> chaîne de  
cafés en Chine  
> 8 000 points  
de vente fin 2022



# Acquisition de Zummo, le leader mondial de l'extraction de jus



Ventes  
2022 :  
**25 M€**

# Acquisition de La San Marco, l'icône italienne des machines à café

LEVA LUXURY MULTIBOILER

Pionieri  
dell'espresso.  
Dal 1920.



Espresso coffee machines since 1920



# Un véritable complément à l'offre existante du Groupe en matière de machines à café professionnelles



- Fabrication et commercialisation d'une large gamme de machines à café professionnelles
- 100 ans d'innovation, alliant technologie de pointe et tradition
- Leader mondial des machines traditionnelles à levier
  - ➔ Brevet international exclusif Leva CLASS®.
- Situé à Gradisca d'Isonzo (Gorizia) en Italie
- ~ 20 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2022, la moitié réalisée hors d'Italie
- 94 employés

***La San Marco : « Il passato, il presente e il futuro dell'espresso italiano »***



## Principales réalisations opérationnelles en 2022

Maintien d'une forte dynamique de produits

**Capitalisation sur des marques fortes**

Une présence internationale renforcée

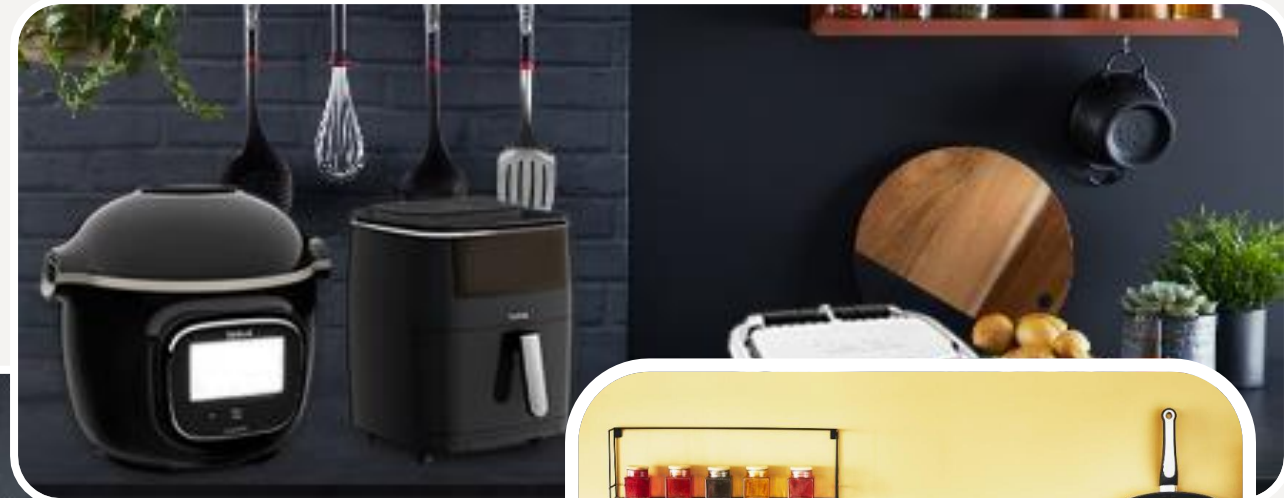
Poursuite des avancées en matière de distribution

Des investissements continus dans la compétitivité

## SUPOR



## Tefal



**#1**

Leader mondial  
du soin du  
linge avec les  
marques  
Rowenta et  
Tefal



**Rowenta**  
ENJOY TECHNOLOGY

**Marques mondiales**

#2

Marque mondiale  
dans la  
préparation des  
aliments  
(hors États-Unis)



 Moulinex®

Marques mondiales

# Des marques locales fortement ancrées



**imusa®**

**1<sup>ère</sup> Marque en Colombie**  
**89 % de notoriété de la marque**



60 % de part de marché pour les articles culinaires en 2022



23 % de part de marché pour les blenders en 2022



**70ème**  
anniversaire de la  
Cocotte-minute  
Seb



Marques Premium

Conçu avec passion pour enflammer la vôtre

# Marques Premium



FEEL PERFECTION



Marques Premium

DISCOVER A WORLD OF POSSIBILITIES

*Lagostina*

## Principales réalisations opérationnelles en 2022

**Maintien d'une forte dynamique de produits**

**Capitalisation sur des marques fortes**

**Une présence internationale renforcée**

**Poursuite des avancées en matière de distribution**

**Des investissements continus dans la compétitivité**

## Focus sur la Chine : un succès continu pour le Groupe

**Chiffre d'affaires 2022 : 2 101 M€,  
+ 5 % a tcpc vs 2021.  
(145 M€ en 2006)**

**SUPOR**  
**84 %**  
de notoriété  
de la marque

Supor leader du marché en Chine (1/2)

## Petit électroménager culinaire

**Supor N°1 (en ligne + hors ligne) 25 % de part de marché**



**40 %:**  
part des  
nouveaux  
produits dans  
les ventes de  
PEM

**SUPOR**

## Supor leader du marché en Chine (2/2)

### Articles Culinaires

**Supor N°1 (en ligne + hors ligne) 35 % de part de marché**



**SUPOR**

## Une base de production hautement compétitive

# SUPOR 苏泊尔

- 5 usines de pointe en Chine + 1 au Vietnam
  - ➔ Articles culinaires : Wuhan, Yuhuan, Vietnam
  - ➔ PEM : Hangzhou, Shaoxing
  - ➔ LKA: Shaoxing
- ~12 000 employés dont ~10 000 ouvriers dans les usines



Capacité  
de production  
de plus de  
**150 M**  
d'unités

# Une activation en ligne impactante

~70 % des ventes réalisées en ligne

Plus de  
**2 300**  
influenceurs

64% de présence dans les magasins O2O\*



~22 000  
magasins  
O2O\*



Une courte vidéo pour illustrer notre succès en Chine

[Cliquez ici  
pour  
regarder la  
vidéo](#)

就有4个苏泊尔产品被消费者带回家

## Une mise en œuvre réussie de notre stratégie " multi-locale ".

### *De marchés à croissance rapide ... à des moteurs de croissance importants*

#### **Colombie**

TCAM des ventes sur 3 ans :  
**12 %.**



**#1 Articles Culinaires**  
**#2 PEM**

#### **Mexique**

TCAM des ventes sur 3 ans :  
**13 %.**



**#1 Articles Culinaires**  
**#2 PEM**

#### **Pologne**

TCAM des ventes sur 3 ans :  
**9 %.**



**#1 Articles Culinaires**  
**#4 PEM**

- Les trois pays font partie du top 20 des activités Grand Public et affichent un chiffre d'affaires supérieur à 100 millions d'euros en 2022.
- De fructueuses montées en puissance dans ces pays au cours des 4-5 dernières années
  - Des marques puissantes, locales et mondiales
  - Des produits conçus pour correspondre aux habitudes des consommateurs locaux
  - Extension des catégories et des gammes, déploiement des produits champions du groupe
  - Expansion prometteuse du DTC
- Des pays qui soutiennent désormais de manière significative la croissance du Groupe

# Forte dynamique de l'activité professionnelle



- Les trois grandes régions - l'Amérique du Nord, l'Europe et l'Asie - présentent un potentiel de croissance important en Café Professionnel
- Fait marquants de la performance 2022 :
  - Croissance à deux chiffres en Asie grâce à la belle performance de la Chine avec Luckin Coffee
  - Fort rebond aux États-Unis avec Wilbur Curtis
  - Forte accélération de WMF et Schaerer sur la zone DACH
  - Croissance portée par les ventes de nouvelles machines (chez les petits et les grands clients) et par les activités de services
- Croissance à deux chiffres en 2022 sur l'activité Hôtel

## Principales réalisations opérationnelles en 2022

Maintien d'une forte dynamique de produits

Capitalisation sur des marques fortes

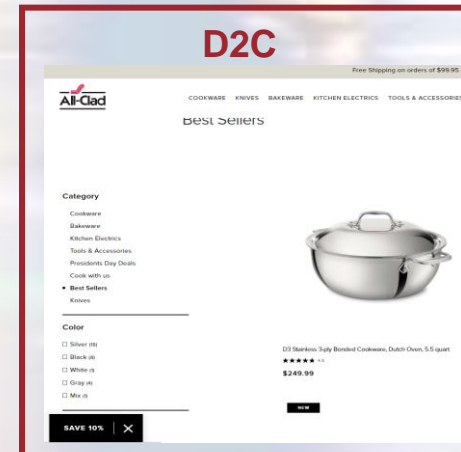
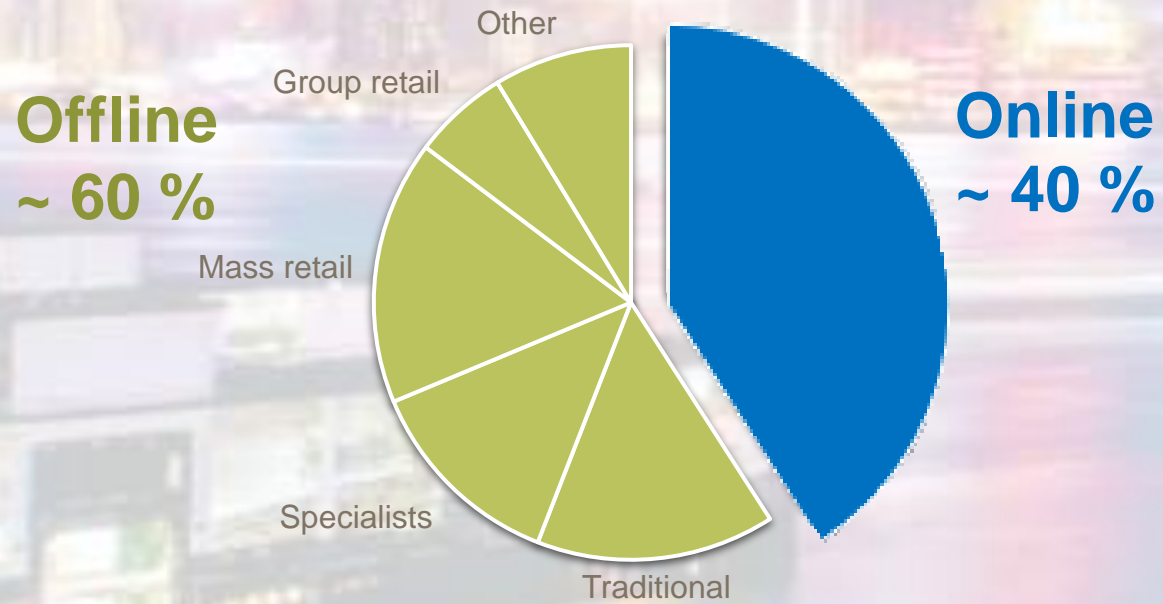
Une présence internationale renforcée

**Poursuite des avancées en matière de distribution**

Des investissements continus dans la compétitivité

# Une stratégie de distribution multicanal réussie

Ventes nettes par canal de distribution - Grand Public 2022  
Estimations du Groupe



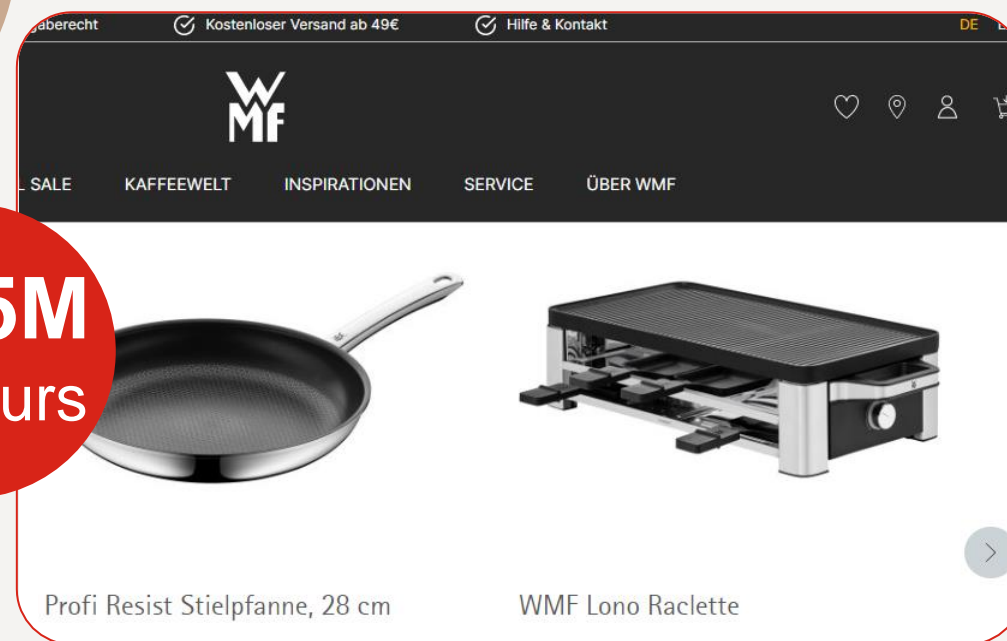
# Développement de notre D2C en ligne

70  
sites internet  
marques.com fin  
2022



> 55M  
visiteurs

+ 20  
ouvertures



## Principales réalisations opérationnelles en 2022

**Maintien d'une forte dynamique de produits**

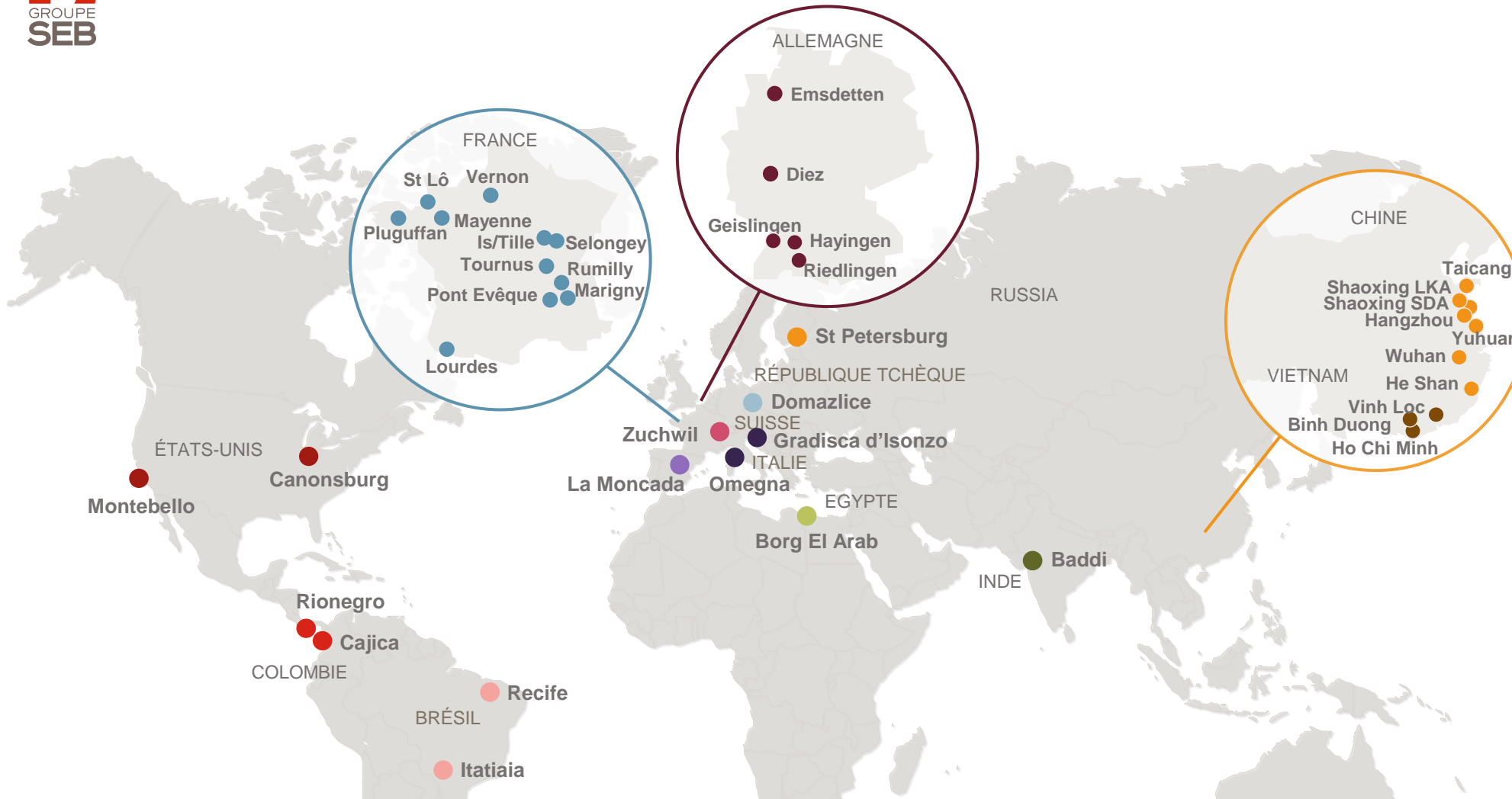
**Capitalisation sur des marques fortes**

**Une présence internationale renforcée**

**Poursuite des avancées en matière de distribution**

**Des investissements continus dans la compétitivité**

# Une empreinte industrielle unique, équilibrée et flexible



- Une présence mondiale et équilibrée pour mieux servir nos clients
- Sécurisation de la chaîne d'approvisionnement dans un environnement en mouvement
- Des investissements majeurs à Borg El Arab, Cajica, Domazlice, Ho Chi Minh et St Lô

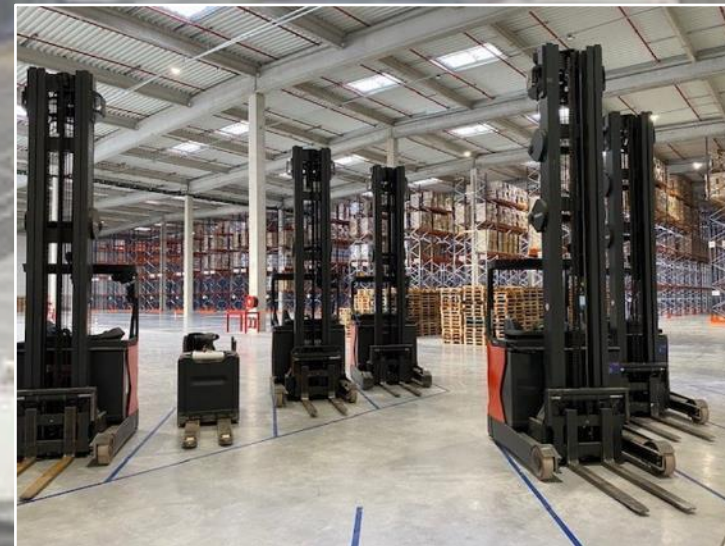
Des investissements continus pour soutenir notre stratégie industrielle et améliorer notre diversification, notre agilité et notre compétitivité mondiale.

# Le Groupe SEB consolide son activité dans la région DACH

- L'organisation souhaitée se composera :
  - D'une société de marché unique pour les activités grand public dans la région DACH.
  - D'une entité de marketing stratégique pour développer la gamme de produits et la marque WMF dans le monde entier.
  - Des activités comptables qui seront intégrées dans le centre de services partagés du Groupe SEB à Varsovie.
  - D'un centre unique pour toutes les autres fonctions support.
- Geislingen deviendra le siège des activités du Groupe SEB dans la région DACH.
- Echéance : janvier 2024

# Investir pour optimiser notre chaîne d'approvisionnement : l'entrepôt de Bully-les-Mines

- **Une plateforme logistique de 100 000m<sup>2</sup>** dans le nord de la France dédiée aux marchés d'Europe de l'Ouest
  - Opérée par un prestataire logistique, partenaire du Groupe SEB
  - Améliorer la rotation des stocks, le service aux clients, l'efficacité opérationnelle et réduire les coûts logistiques
- **Livré** comme prévu en **décembre 2022**, mise en service complète prévue pour mars 2023
- Création de **500 emplois** d'ici 2030
- Viser la **neutralité carbone des locaux** (panneaux solaires, consommation d'énergie sur site).





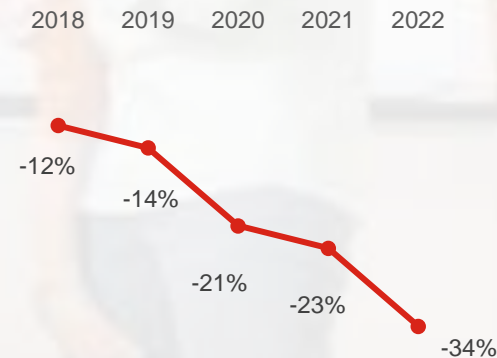
03

**PRINCIPAUX FAITS  
MARQUANTS EN  
MATIÈRE D'ESG**

## Poursuite de notre objectif de neutralité carbone (d'ici 2050)



Scope 1 & 2  
**- 34 %**  
de réduction de  
l'intensité carbone\*  
dans nos usines  
(base 2016)



\* Intensité de carbone par produit

# Réalisations ESG - Environnement

## Focus sur l'économie circulaire

**90 %**

de nos produits de  
petit électroménager\*  
sont réparables  
pendant **15 ans**



**42 %**

de matériaux  
recyclés dans nos  
produits/ emballages

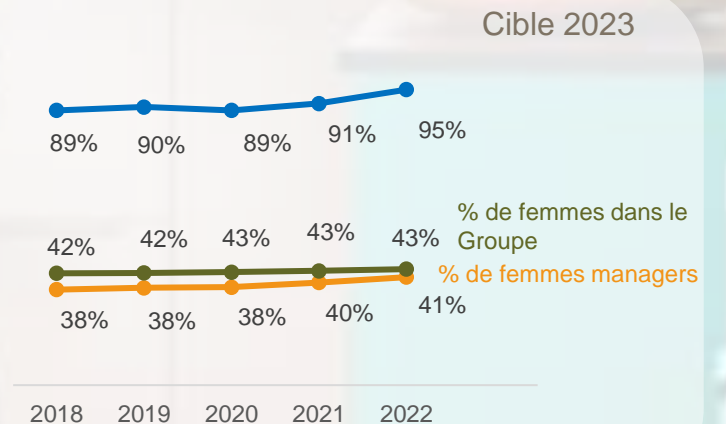
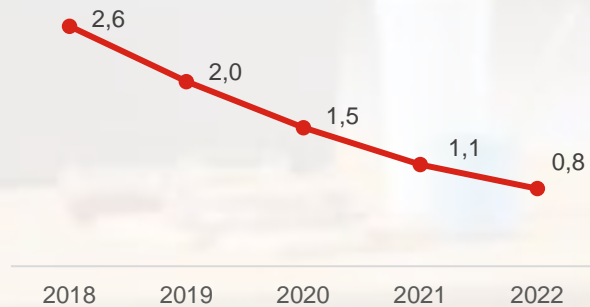
\* À l'exception de la Chine

# Réalisations ESG - social

**Taux  
d'accidents  
avec arrêt de  
travail  
= 0.84**

**Focus sur les  
personnes**

**Ratio de  
femmes  
managers  
= 95%**



## Répare**Seb**

Centre de  
réparation pour toutes  
les marques SEB

### Deux objectifs

- L' économie circulaire
- La réintégration professionnelle

2 prix en 2022



# Performance extra-financière



# Changement de gouvernance / Séparation des fonctions à partir du 1er juillet 2022

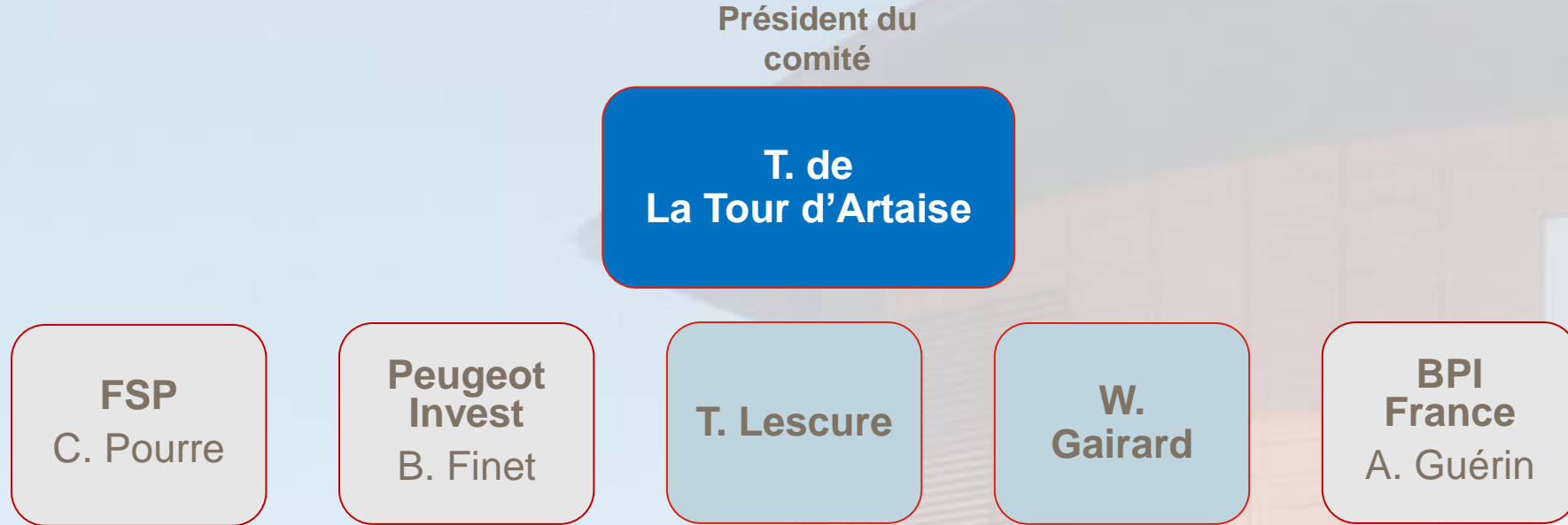


Thierry de La Tour d'Artaise  
Président du Conseil d'administration



Stanislas de Gramont  
Directeur général

# Création d'un comité stratégique



## Principales responsabilités

- ESG
- Orientations stratégiques
- Croissance externe
- Veille concurrentielle

**Membres  
familiaux**

**Membres  
indépendants**

**15 %**

part des critères  
ESG dans la  
rémunération  
variable  
(x3 par rapport à  
2021)

## Trois critères quantitatifs

- Carbone/Environnement
- Santé et sécurité
- Éthique/Conformité



04

## PRINCIPAUX ÉLÉMENTS FINANCIERS

**1** Ventes

**2** Résultats



# Évolution des ventes 2021 → 2022

En M€

8 059



2021

- 378



Croissance  
organique

- 4,7 %

+ 269



Effet devises

+ 3,3 %

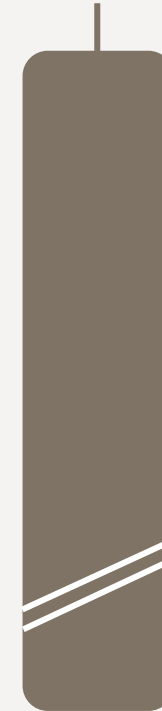
+ 10



Périmètre

+ 0,1 %\*

7 960



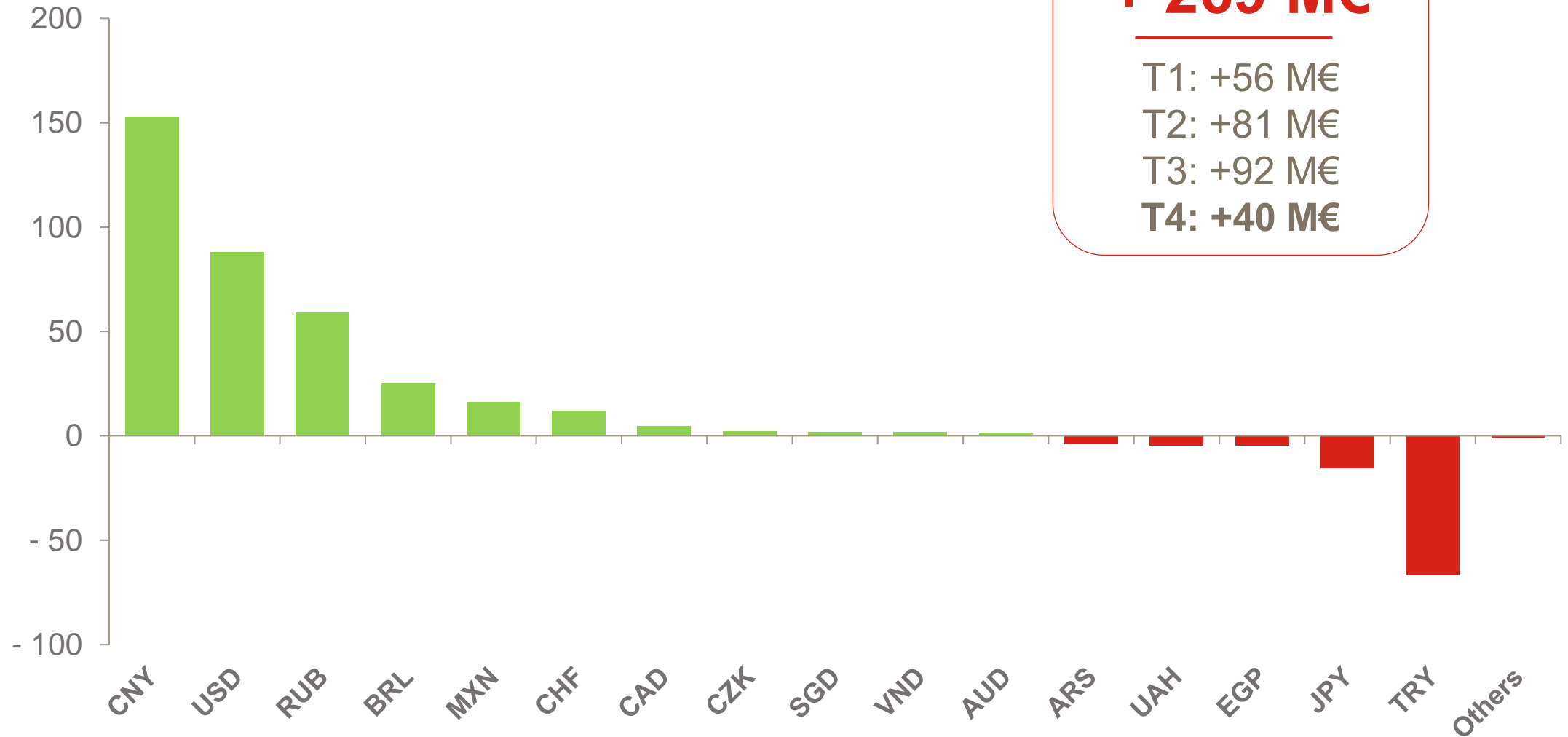
2022

-1.2%

\* Incluant Zummo, consolidé au 4ème trimestre 2022

# Impact devises sur les ventes 2022

En M€



## Ventes 2022



Professionnel

**725 M€**

**+ 15,6 %   + 9,2 % à tpc**

Ventes

**7 960 M€**

**- 1,2 %   - 4,7 % à tpc**



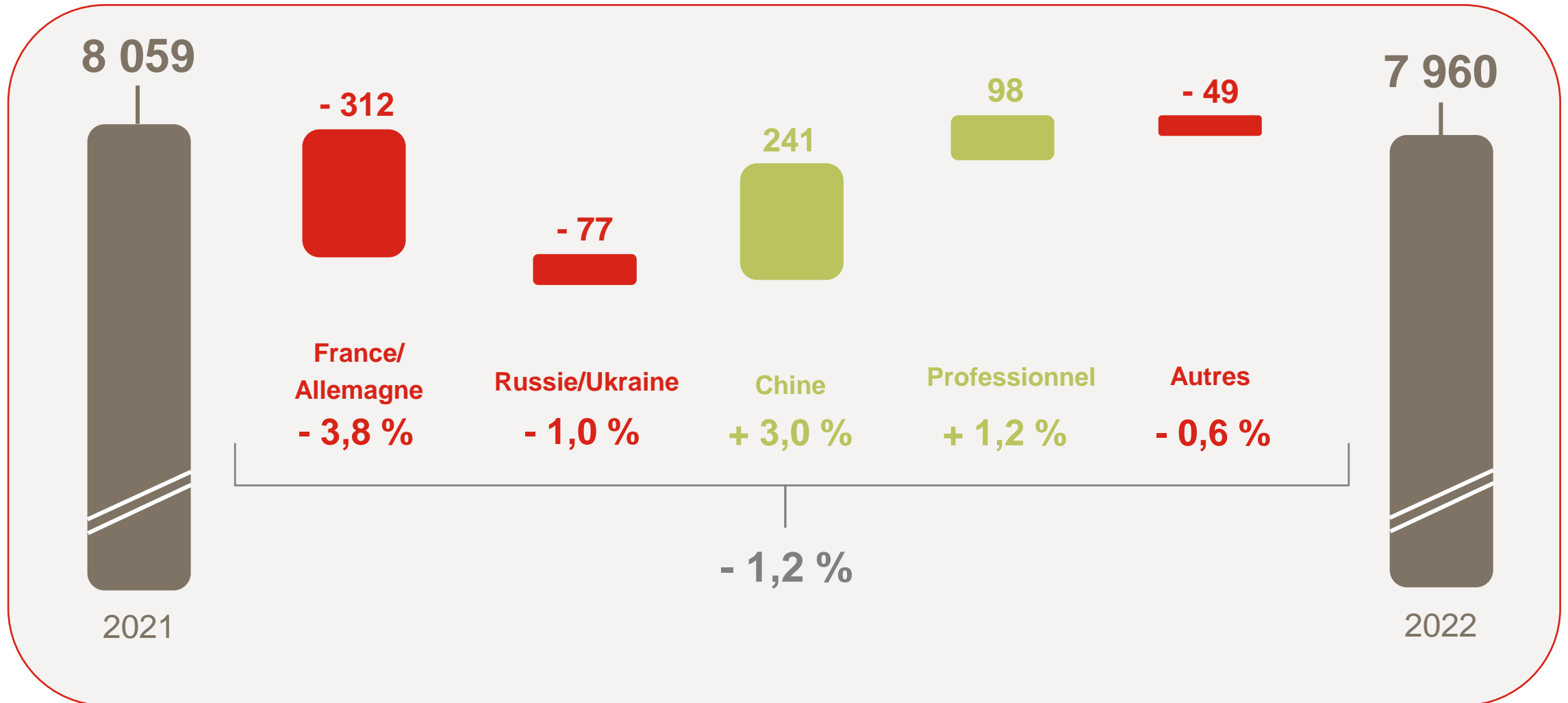
Grand Public

**7 234 M€**

**- 2,6 %   - 5,9 % à tpc**

# Évolution des ventes 2021 → 2022: une performance résiliente

En M€



NB: les pourcentages respectifs de chaque catégorie représentent leurs contributions respectives à la variation globale des ventes publiées et non le taux de croissance réel des catégories.

**1** Ventes

**2** Résultats

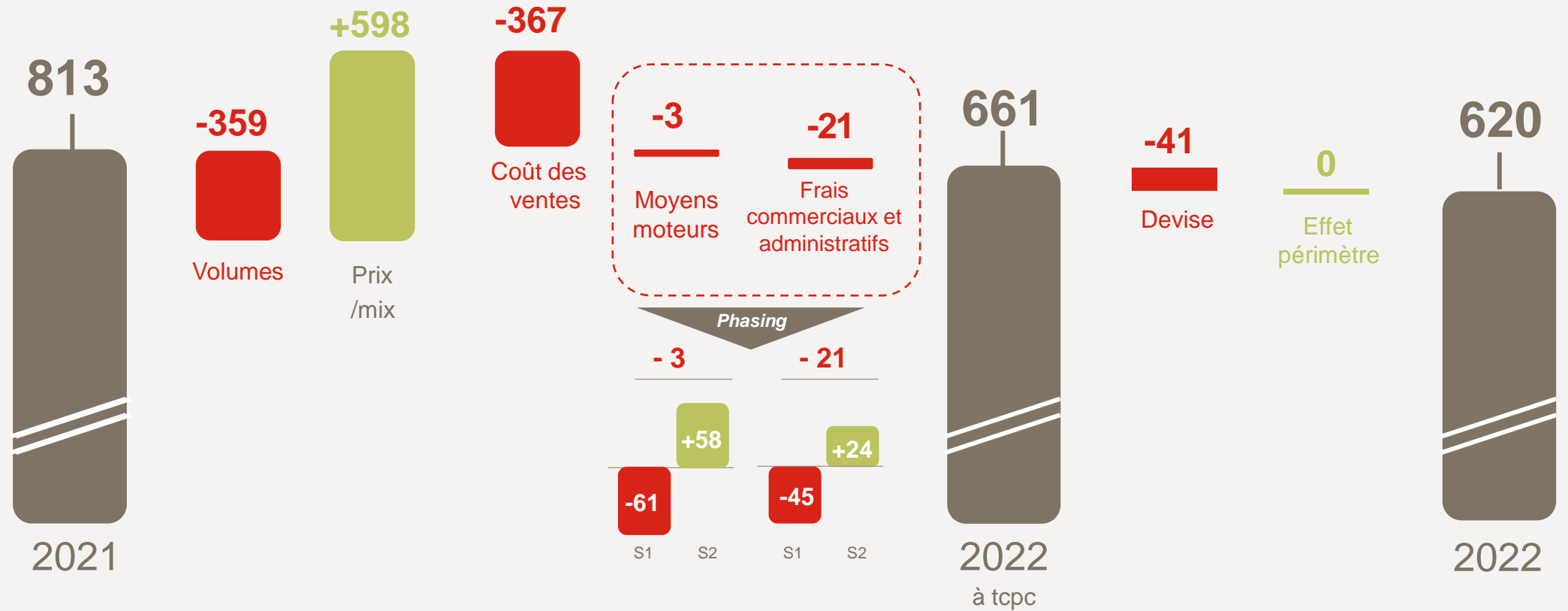


## Résultat Opérationnel d'Activité (ROPA)

En M€	2020	2021	2022	2022 vs 2021
Ventes	6 940	8 059	7 960	- 1,2 %
<b>ROPA</b>	<b>605</b>	<b>813</b>	<b>620</b>	<b>- 23,7 %</b>
<i>MOP</i>	8,7 %	10,1 %	7,8 %	- 2,3 pts

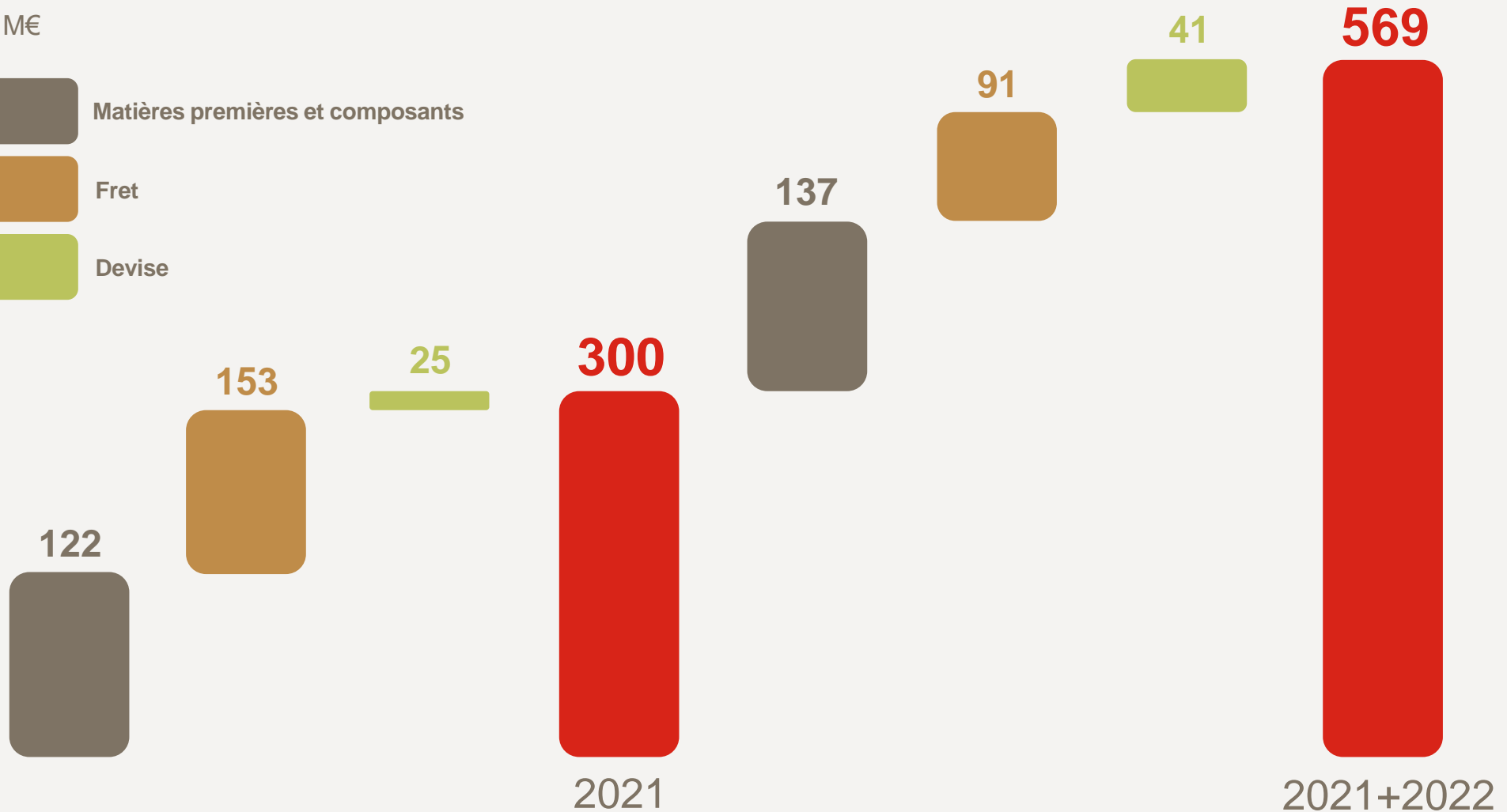
# Construction du ROPA avec séquence S1/S2

En M€



## Vents contraires cumulés sur 2021-2022

En M€



## Moyens moteurs

En M€	2020	2021	2022	2022 vs 2021
Innovation	228	266	283	+ 6,4 %
Publicité et marketing	472	572	584	+ 2,1 %
<b>Total moyens moteurs</b>	<b>699</b>	<b>838</b>	<b>867</b>	<b>+ 3,5 %</b>

## Résultat d'exploitation

En M€	2020	2021	2022	2022 vs 2021
ROPA	605	813	620	- 23,7 %
Intéressement et participation	- 24	- 39	- 17	
Autres produits et charges d'exploitation	- 78	- 59	- 56	
<b>Résultat d'exploitation</b>	<b>503</b>	<b>715</b>	<b>547</b>	<b>- 23,5 %</b>

## Résultat net

En M€	2020	2021	2022	2022 vs 2021
Résultat d'exploitation	503	715	547	- 23,5 %
Résultat financier	- 60	- 65	- 81	
Impôts	- 94	- 142	- 98	
Intérêts minoritaires	- 48	- 54	- 52	
<b>Résultat net</b>	<b>301</b>	<b>454</b>	<b>316</b>	<b>- 30,4 %</b>

## Bilan simplifié

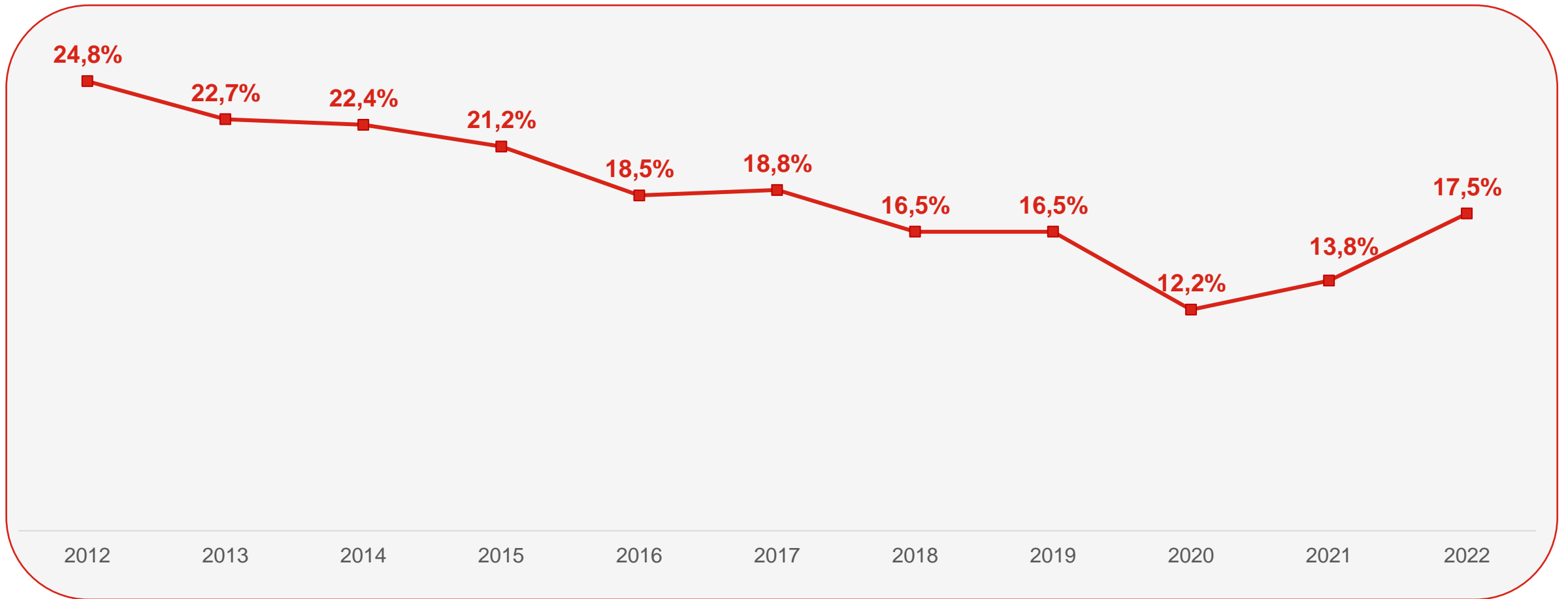
En M€	2020	2021	2022
Actif immobilisé	4 250	4 444	4 651
BFR d'exploitation	848	1 115	1 393
<b>Total des actifs à financer</b>	<b>5 098</b>	<b>5 559</b>	<b>6 044</b>
Fonds propres	2 735	3 291	3 449
Provisions	454	394	284
Autres actifs et passifs courants	391	350	338
Dette financière nette	1 518	1 524	1 973
<b>Total des financements</b>	<b>5 098</b>	<b>5 559</b>	<b>6 044</b>

## Evolution du Besoin en Fonds de Roulement d'exploitation

	2020		2021		2022		22 vs 21
	M€	% CA	M€	% CA	M€	% CA	M€
Stocks	1 212	17,4 %	1 840	22,8 %	1 682	21,1 %	- 158
Clients	841	12,1 %	789	9,8 %	645	8,1 %	- 144
Fournisseurs	-1 205	-17,3 %	-1 514	- 18,8 %	- 933	- 11,7 %	+ 581
<b>BFR</b>	<b>848</b>	<b>12.2 %</b>	<b>1 115</b>	<b>13,8 %</b>	<b>1 393</b>	<b>17,5 %</b>	<b>278</b>

BFR en % des ventes : 22,3 % à fin juin 2022

## Ratio BFR / ventes sur longue période



# Génération de cash-flow libre

En M€

**+ 620**



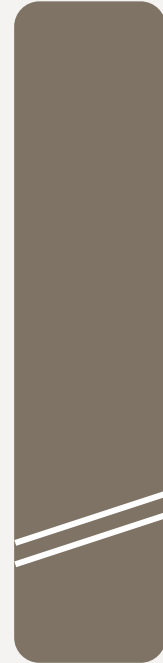
**ROPA**

**+ 254**



Amortissements/  
Intéressement &  
participation

**+ 874**



**EBITDA  
ajusté**

**- 285**



Var. BFR  
Exploitation

**- 345**



Investissements

**- 186**



Impôts et  
frais  
financiers

**- 79**



Var. BFR  
hors  
exploitation  
et autres

**- 20**

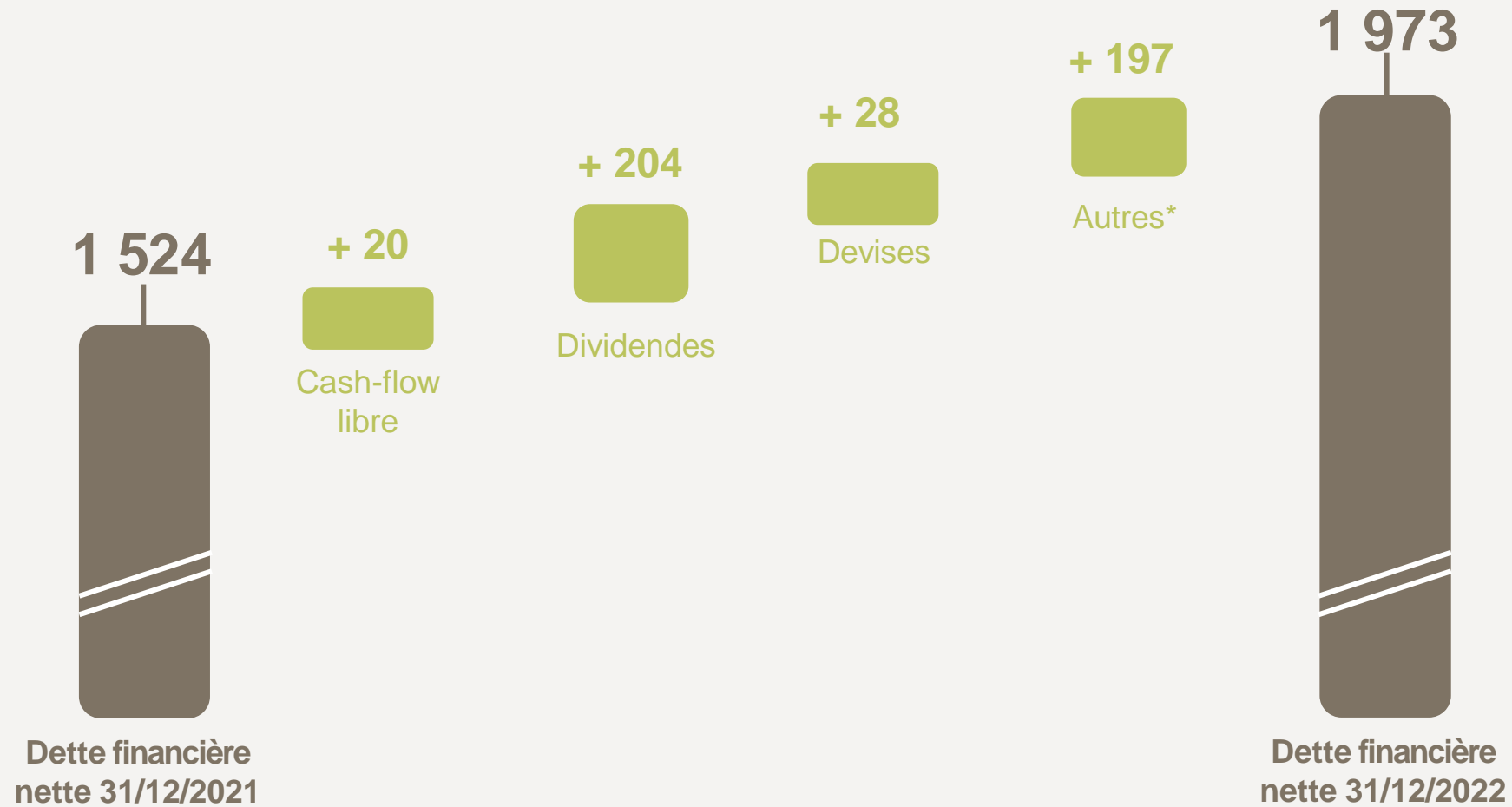


**Cash flow  
libre**

**S1: - 683 M€  
S2: + 663 M€**

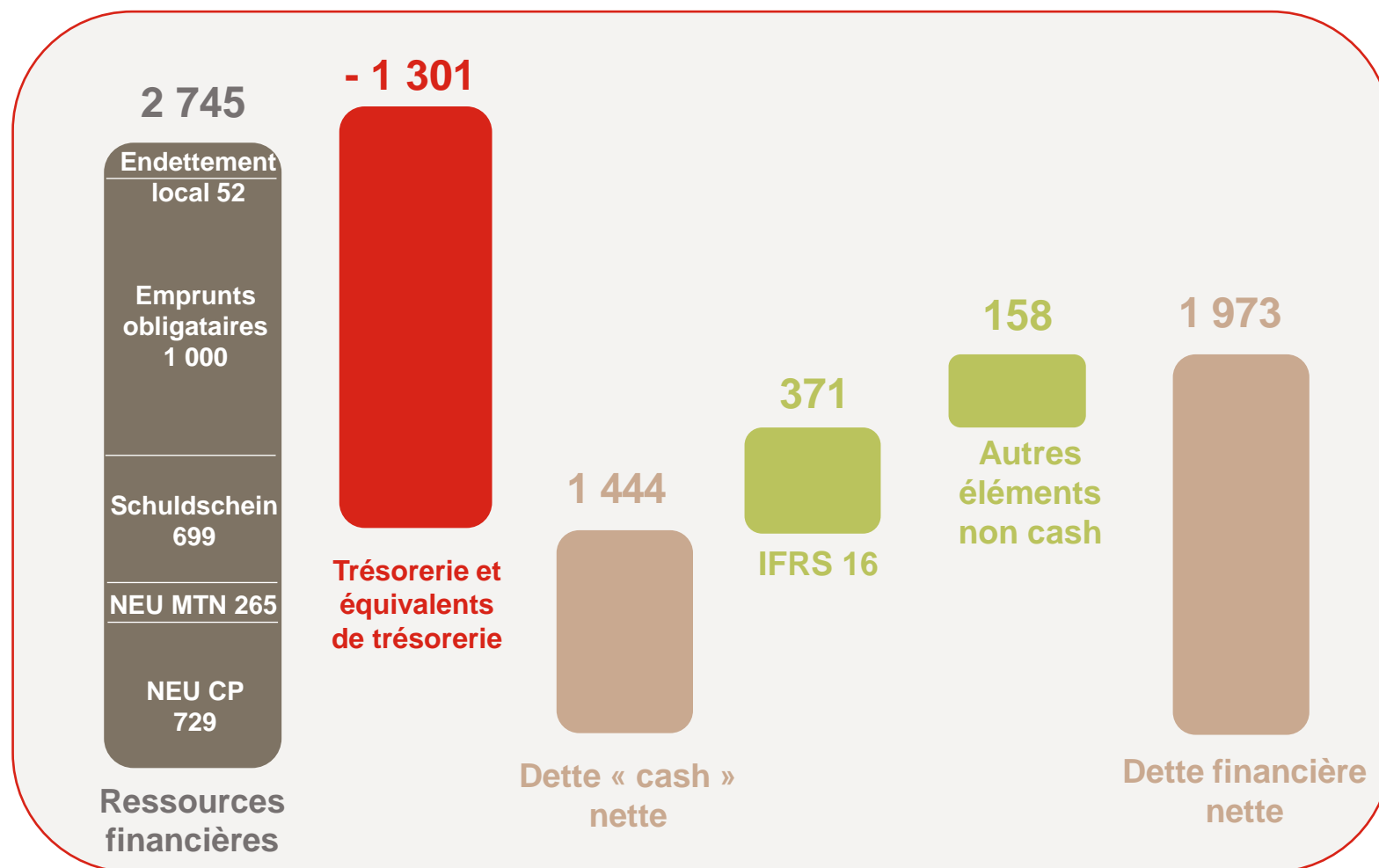
# Evolution de l'endettement financier net

En M€



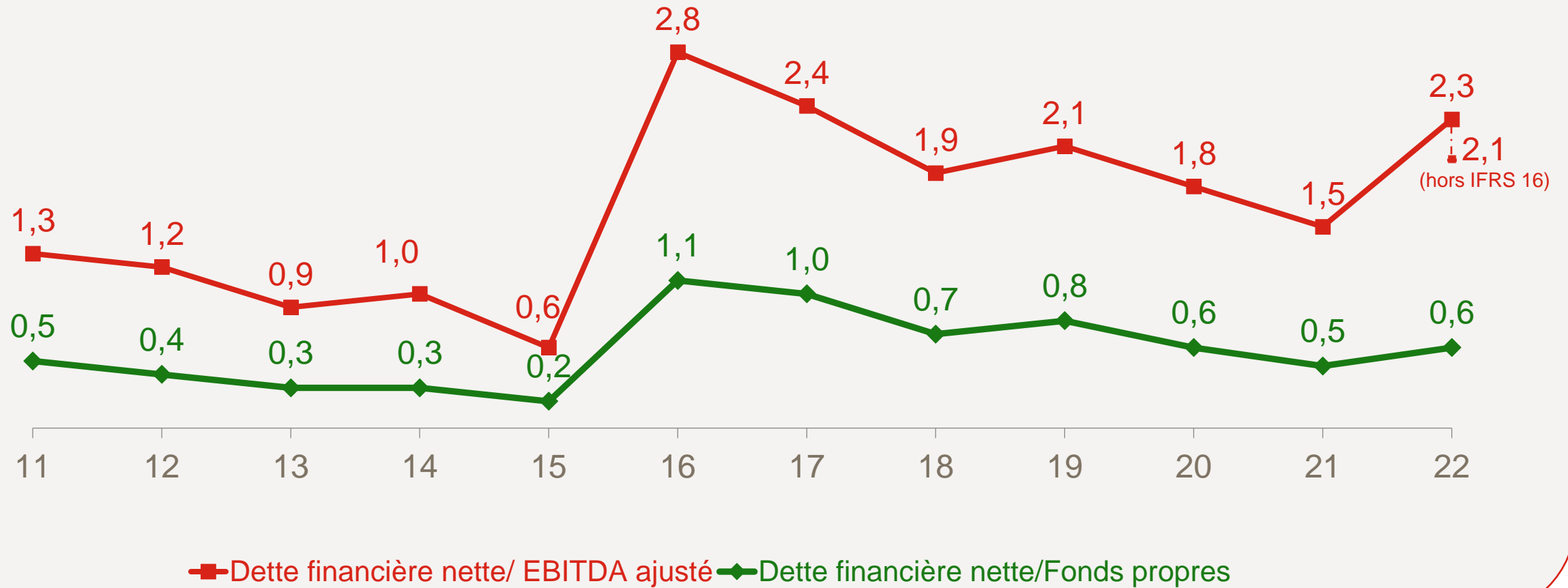
\*Incl. acquisitions, restructurations, rachats d'actions

# Dette financière nette au 31 décembre 2022



- Sources de financement diversifiées
  - Ligne de crédit syndiquée non utilisée : 990 M€
  - > 750 M€ non utilisés dans le cadre des programmes NEU CP et NEU MTM
  - Répartition de la dette LT / ST = 75% / 25%
  - > 90 % de la dette financière LT est libellée à taux fixe
  - Aucun « covenants » financiers
- Structure financière saine et équilibrée**

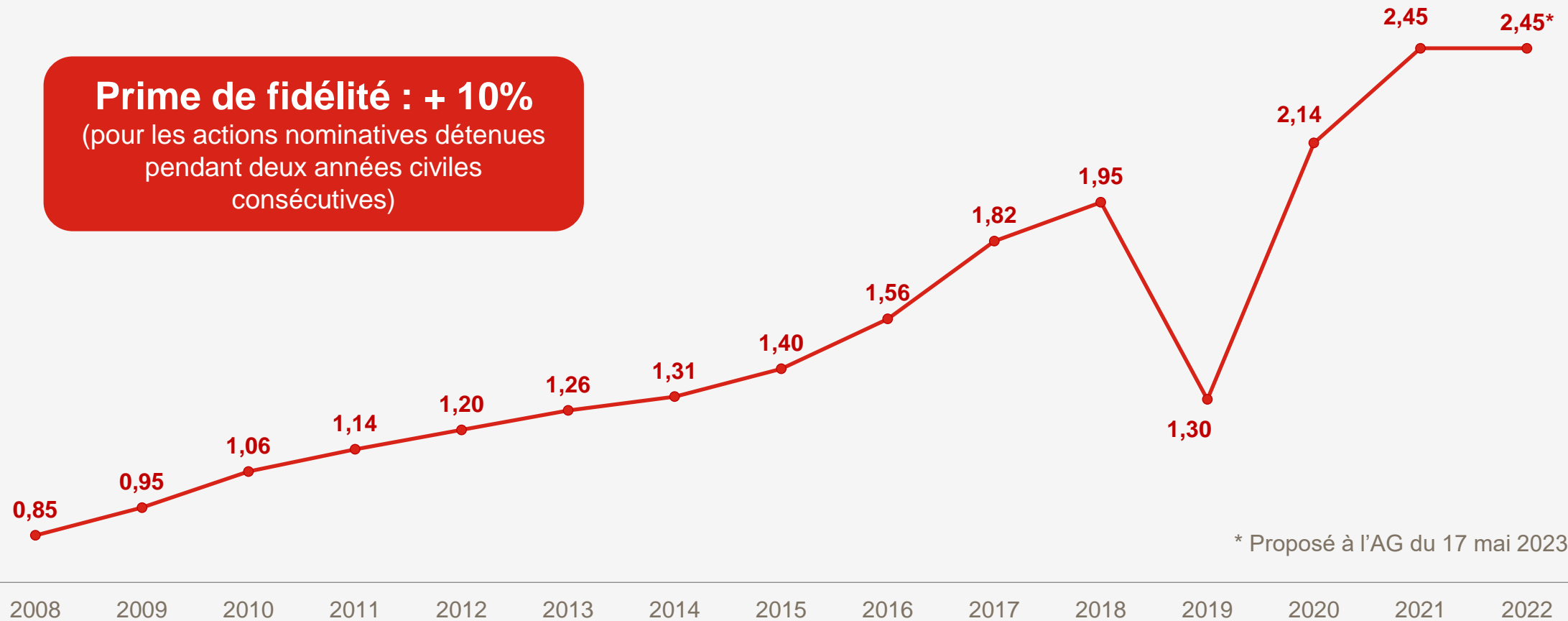
# Ratios financiers sur longue période



Ratios au 31/12

## Evolution du dividende sur 15 ans (en €)

**Prime de fidélité : + 10%**  
(pour les actions nominatives détenues pendant deux années civiles consécutives)



\* Proposé à l'AG du 17 mai 2023



05

CONCLUSION ET  
PERSPECTIVES

# Confiance dans les perspectives de croissance à long terme de l'industrie

**Tendances favorables sur les marchés matures et émergents**



**Comportement favorable des consommateurs dans le temps**



*Simplifying Everyday Life*



# Confiance dans la capacité du Groupe SEB à continuer d'être un acteur majeur du changement

Historique de création de valeur à long terme


Parts de marché dominantes au niveau mondial

Professionnel

Innovation

Développement durable

# 2023

- 
- **Lent début d'année → Baisse prévue au 1<sup>er</sup> trimestre par rapport au 1<sup>er</sup> trimestre 2022**
  - **Reprise progressive des ventes grand public**
  - **Forte croissance des ventes en Professionnel**
  - **Augmentation de la marge opérationnelle sur l'année**

# 06

## ANNEXES

Des parts de marché mondialement dominantes qui font la force du groupe

**#1**  
**en cuisson**  
**électrique**



**#1**  
**en soin du**  
**linge**



**#1**  
**en Articles**  
**culinaires**



**#2**  
**en préparation**  
**des aliments**

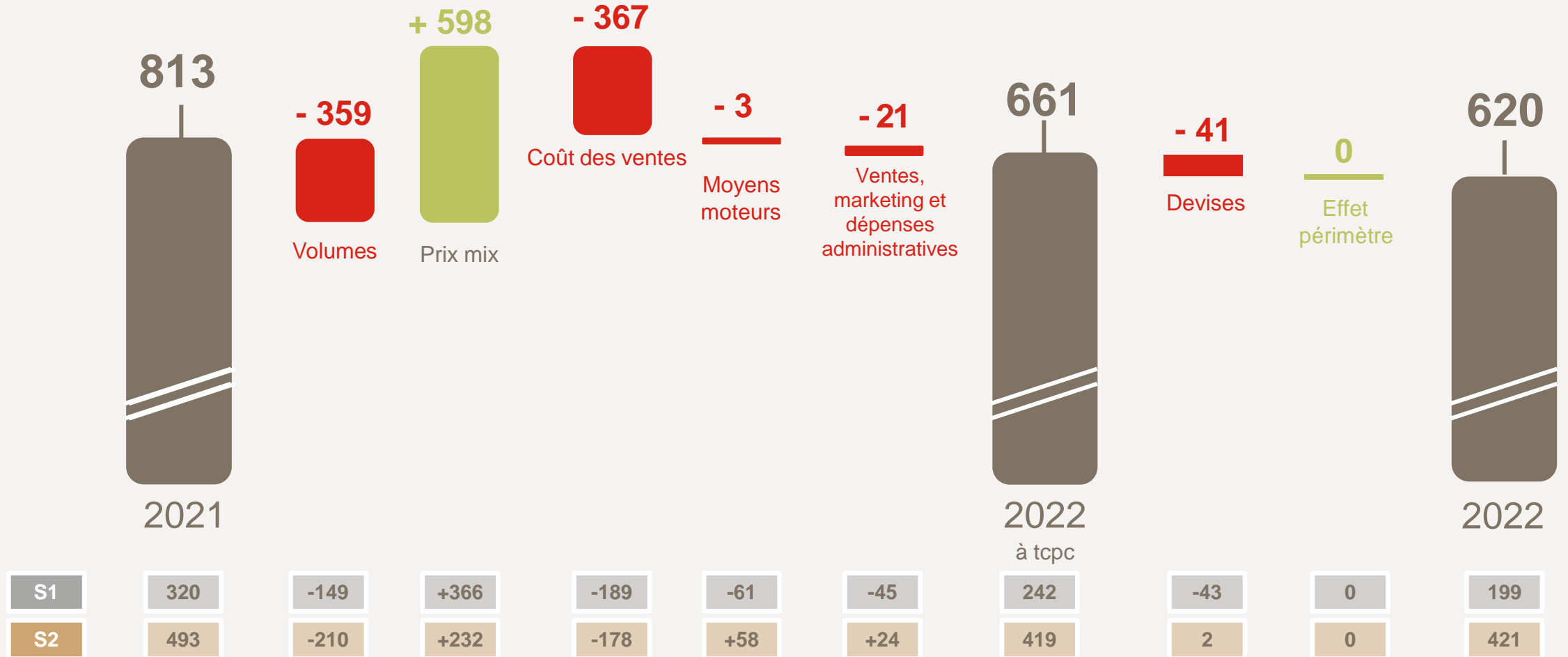


**#3**  
**en préparation**  
**des boissons**



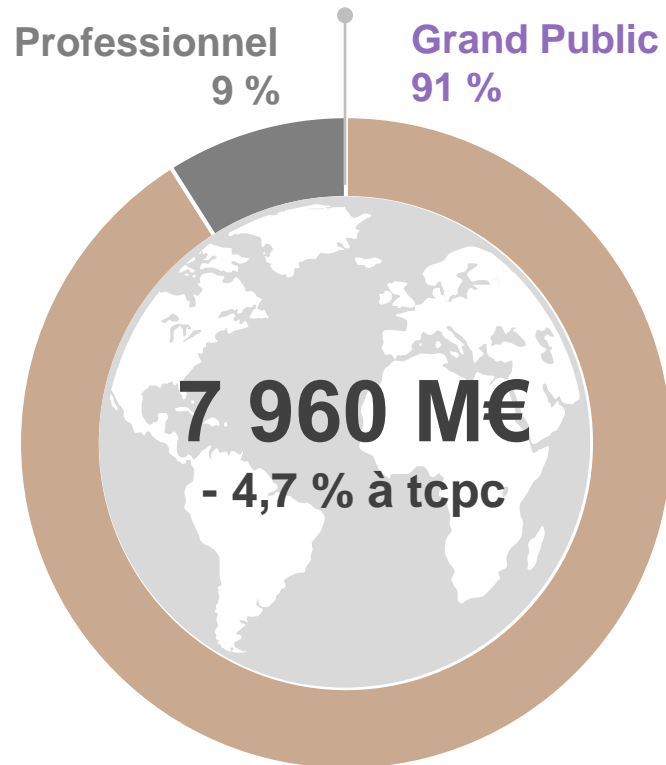
# Construction du ROPA avec phasing S1 / S2

En M€

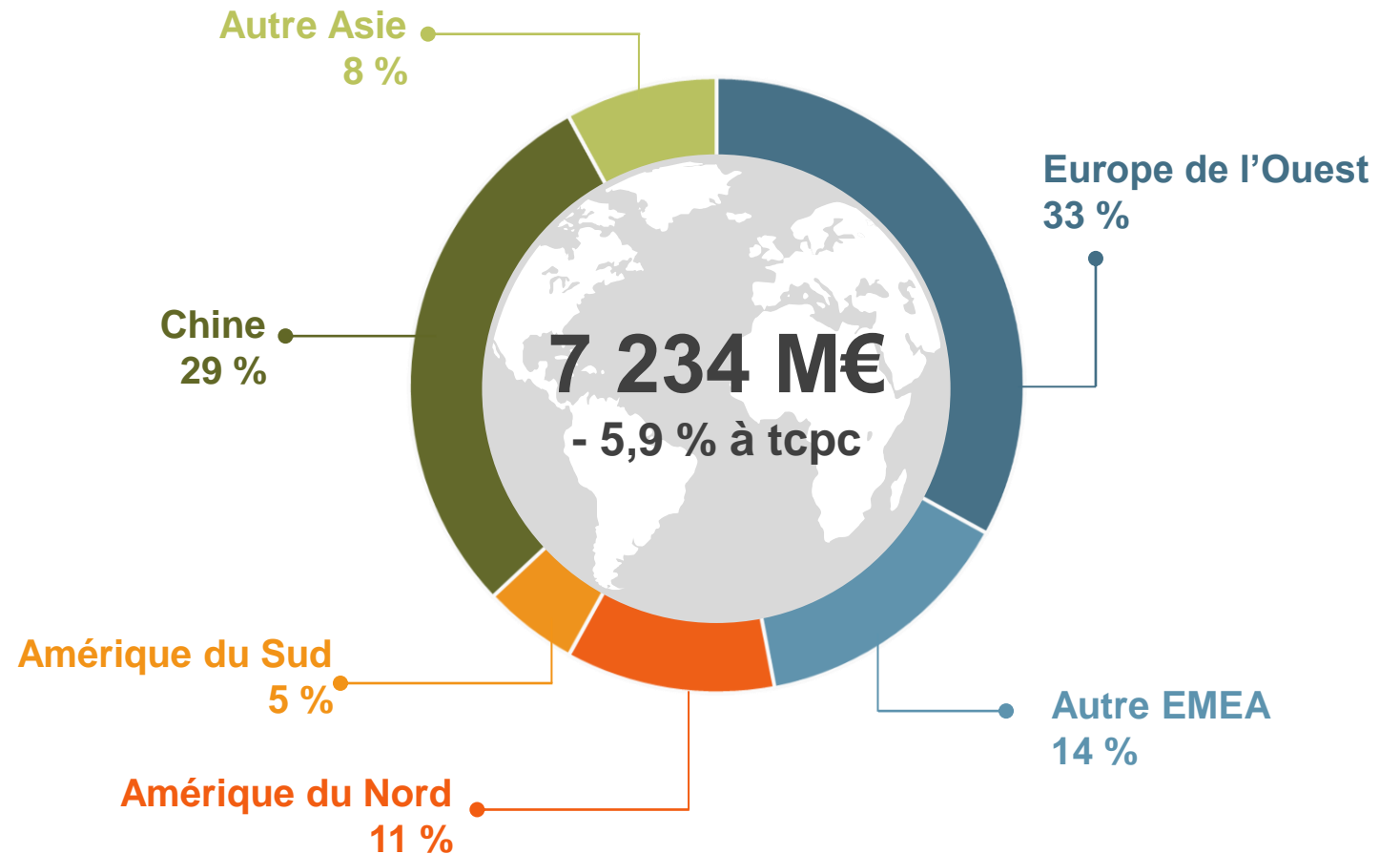


# Total des ventes par région

## Total des ventes



## Ventes Grand Public



# Ventes annuelles par zone géographique

En M€

		2021	2022	Parités courantes	tcpu	T4 2022 tcpu
EMEA	<b>EMEA</b>	<b>3 892</b>	<b>3 444</b>	<b>- 11,5 %</b>	<b>- 11,1 %</b>	<b>- 12,1 %</b>
	Europe occidentale	2 770	2 416	- 12,8 %	- 12,9 %	- 14,6 %
	Autres pays	1 121	1 028	- 8,4 %	- 6,7 %	- 5,7 %
AMERIQUES	<b>AMERIQUES</b>	<b>1 082</b>	<b>1 130</b>	<b>+ 4,5 %</b>	<b>- 5,5 %</b>	<b>- 3,9 %</b>
	Amérique du Nord	788	797	+ 1,1 %	- 9,7 %	- 10,2 %
	Amérique du Sud	293	333	+ 13,5 %	+ 5,9 %	+ 17,6 %
ASIE	<b>ASIE</b>	<b>2 458</b>	<b>2 660</b>	<b>+ 8,2 %</b>	<b>+ 2,3 %</b>	<b>- 0,2 %</b>
	Chine	1 860	2 101	+ 13,0 %	+ 5,0 %	+ 3,8 %
	Autres pays	598	559	- 6,5 %	- 6,4 %	- 11,9 %
	<b>TOTAL grand Public</b>	<b>7 431</b>	<b>7 234</b>	<b>- 2,6 %</b>	<b>- 5,9 %</b>	<b>- 7,3 %</b>
	<b>Professionnel</b>	<b>628</b>	<b>725</b>	<b>+ 15,6 %</b>	<b>+ 9,2 %</b>	<b>+ 17,6 %</b>
	<b>Groupe SEB</b>	<b>8 059</b>	<b>7 960</b>	<b>- 1,2 %</b>	<b>- 4,7 %</b>	<b>- 5,6 %</b>

% calculés sur chiffres non arrondis

# Ventes trimestrielles 2022

En M€

		T1..	T2	S1	T3	9m	T4	T4 2022 à tpc	2022	2022 à tpc
EMEA	<b>EMEA</b>	<b>813</b>	<b>680</b>	<b>1 494</b>	<b>809</b>	<b>2 302</b>	<b>1 142</b>	<b>- 12,1 %</b>	<b>3 444</b>	<b>- 11,1 %</b>
	Europe occidentale	582	490	1 072	553	1 625	791	- 14,6 %	2 416	- 12,9 %
	Autres pays	231	190	422	256	677	350	- 5,7 %	1 028	- 6,7 %
AMERIQUES	<b>AMERIQUES</b>	<b>243</b>	<b>271</b>	<b>515</b>	<b>289</b>	<b>804</b>	<b>326</b>	<b>- 3,9 %</b>	<b>1 130</b>	<b>- 5,5 %</b>
	Amérique du Nord	173	185	358	199	557	240	- 10,2 %	797	- 9,7 %
	Amérique du Sud	70	87	157	90	247	86	+ 17,6 %	333	+ 5,9 %
ASIE	<b>ASIE</b>	<b>703</b>	<b>624</b>	<b>1 327</b>	<b>622</b>	<b>1 950</b>	<b>711</b>	<b>- 0,2 %</b>	<b>2 660</b>	<b>+ 2,3 %</b>
	Chine	569	485	1 054	491	1 545	557	+ 3,8 %	2 101	+ 5,0 %
	Autres pays	134	139	273	132	405	154	- 11,9 %	559	- 6,4 %
<b>TOTAL Grand Public</b>		<b>1 760</b>	<b>1 576</b>	<b>3 336</b>	<b>1 720</b>	<b>5 056</b>	<b>2 179</b>	<b>- 7,3 %</b>	<b>7 234</b>	<b>- 5,9 %</b>
Professionnel		156	174	330	174	504	221	+ 17,6 %	725	+ 9,2 %
<b>Groupe SEB</b>		<b>1 915</b>	<b>1 750</b>	<b>3 666</b>	<b>1 894</b>	<b>5 560</b>	<b>2 400</b>	<b>- 5,6 %</b>	<b>7 960</b>	<b>- 4,7 %</b>

# Evolution trimestrielle des ventes 2022, à tcp

En M€		T1 2022 tcp	T2 2022 tcp	S1 2022 tcp	T3 2022 tcp	9 mois 2022 tcp	T4 2022 tcp	2022 tcp
EMEA	<b>EMEA</b>	- 4,8 %	- 13,4 %	- 8,9 %	- 13,7 %	- 10,6 %	- 12,1 %	- 11,1 %
	Europe occidentale	- 3,2 %	- 14,5 %	- 8,7 %	- 17,8 %	- 12,0 %	- 14,6 %	- 12,9 %
	Autres pays	- 8,3 %	- 10,6 %	- 9,3 %	- 3,3 %	- 7,2 %	- 5,7 %	- 6,7 %
AMERIQUES	<b>AMERIQUES</b>	- 6,2 %	+ 1,8 %	- 2,2 %	- 12,5 %	- 6,1 %	- 3,9 %	- 5,5 %
	Amérique du Nord	- 9,1 %	- 3,8 %	- 6,5 %	- 14,8 %	- 9,5 %	- 10,2 %	- 9,7 %
	Amérique du Sud	+ 1,6 %	+ 16,0 %	+ 9,0 %	- 7,5 %	+ 2,2 %	+ 17,6 %	+ 5,9 %
ASIE	<b>ASIE</b>	+ 7,0 %	+ 1,3 %	+ 4,2 %	+ 1,2 %	+ 3,3 %	- 0,2 %	+ 2,3 %
	Chine	+ 10,9 %	+ 1,9 %	+ 6,6 %	+ 3,4 %	+ 5,5 %	+ 3,8 %	+ 5,0 %
	Autres pays	- 5,8 %	- 0,7 %	- 3,3 %	- 5,5 %	- 4,0 %	- 11,9 %	- 6,4 %
<b>TOTAL grand Public</b>		- 0,8 %	- 5,9 %	- 3,3 %	- 8,8 %	- 5,2 %	- 7,3 %	- 5,9 %
<b>Professionnel</b>		+ 16,8 %	+ 3,6 %	+ 9,5 %	- 0,2 %	+ 6,0 %	+ 17,6 %	+ 9,2 %
<b>Groupe SEB</b>		+ 0,4 %	- 5,1 %	- 2,3 %	- 8,1 %	- 4,3 %	- 5,6 %	- 4,7 %

# Glossaire

## A taux de change et périmètre constants (à tcpc) - OrganiTue

Les montants et les taux de croissance à taux de change et périmètre constants (ou organiTues) 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, trimestres)
- 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'EBTIDA 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](mailto:ogernandt@groupeseb.com)  
[gbaron@groupeseb.com](mailto:gbaron@groupeseb.com)

Tel : +33 (0) 4 72 18 16 04  
[comfin@groupeseb.com](mailto:comfin@groupeseb.com)

**[www.groupeseb.com](http://www.groupeseb.com)**



## Presse

Groupe SEB  
Direction de la Communication Corporate

**Cathy Pianon**  
**Anissa Djaadi**

[cpianon@groupeseb.com](mailto:cpianon@groupeseb.com)  
[adjaadi@groupeseb.com](mailto:adjaadi@groupeseb.com)

Tel: + 33 (0) 6 33 13 02 00  
Tel. : + 33 (0) 6 88 20 90 88

Image Sept  
**Caroline Simon**  
**Claire Doligez**  
**Isabelle Dunoyer de Segonzac**

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

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



# CONTACTS

## Prochains événements 2023

<b>27 avril</b>   après bourse	Ventes et informations financières T1 2023
<b>17 mai</b>   14:30	Assemblée Générale
<b>26 juillet</b>   après bourse	Ventes et résultats S1 2023
<b>26 octobre</b>   après bourse	Ventes et informations financières 9 mois 2023



AGENDA