

“ Madame, Monsieur,
Chers actionnaires,

Dans un contexte sanitaire ayant bouleversé à la fois la distribution et la consommation, les résultats du premier semestre 2020, avec un deuxième trimestre meilleur qu'attendu, témoignent de la résilience et de l'agilité du Groupe ainsi que de la mobilisation de nos équipes.

En effet, malgré l'adversité de la crise Covid-19, le Groupe a poursuivi avec détermination les projets de développement, et ce deuxième trimestre a été résolument placé sous le signe de la solidarité et de la responsabilité : solidarité envers nos collaborateurs à travers diverses initiatives RH prises pour amoindrir les effets de la crise ; responsabilité avec la fabrication du respirateur artificiel MakAir.

Outre nos participations dans de nouvelles activités à impact environnemental (Angell, Castalie, IEVA), nous avons investi dans StoreBound. Cette acquisition renforcera notre présence aux États-Unis et permettra des synergies sur la création de communautés digitales, StoreBound ayant acquis en huit ans la plus grosse communauté digitale de notre industrie aux États-Unis.

Les incertitudes sanitaires et leurs conséquences macro-économiques sont encore prégnantes, nous restons vigilants mais confiants dans la solidité de notre modèle stratégique, géographiquement équilibré, multicanal, et porté par une démarche de responsabilité environnementale et sociétale.



Thierry de La Tour d'Artaise
Président-Directeur Général

T de la Tour d'Artaise

Sommaire

ACTUALITÉS DU GROUPE

PAGES 2-3



ACTIVITÉ ET RÉSULTATS DU 1^{ER} SEMESTRE

PAGES 4-5

CHIFFRE
D'AFFAIRES

2 914 M€

- 12,7 %
(- 12,6 % à tpc*)

RÉSULTAT OPÉRATIONNEL
D'ACTIVITÉ

103 M€

VS. 230 M€ AU S1 2019

* tpc = taux de change et périmètre constants.

ZOOM SUR SEB ALLIANCE ET SES INVESTISSEMENTS

PAGES 6-7

PARCOURS BOURSIER

PAGE 8

RÉPARABILITÉ : LE GROUPE SEB VA ENCORE PLUS LOIN AVEC LE LANCEMENT DES PREMIERS FORAITS RÉPARATION TOUT COMPRIS

L'objectif du Groupe dans ce domaine est d'économiser les ressources de la planète en jouant sur plusieurs leviers : prolonger la durée de vie et le réemploi des produits, favoriser le recyclage et l'utilisation de matériaux recyclés, et expérimenter l'usage mutualisé des produits.



Le Groupe est un pionnier dans le domaine de la réparabilité : sa politique, amorcée dès 2008, est arrivée à maturité en 2015 avec son engagement « Produit réparable 10 ans ». Aujourd'hui, plus de 90% des produits électroménagers sont majoritairement* réparables et bénéficient de ce logo.

La réparabilité des produits commence dès leur conception : elle fait partie des axes prioritaires du guide éco-conception du Groupe. Dès l'origine, les produits sont pensés pour être facilement démontables et remontables afin de pouvoir remplacer uniquement les pièces altérées par l'usure.

En outre, le Groupe SEB s'appuie sur un réseau de centres de réparation agréés qui est monté en puissance au cours des dix dernières années. Ils sont aujourd'hui plus de 6 200 dans le monde, dont 2 800 en Chine. Le Groupe assure aux réparateurs la disponibilité de 40 000 références de pièces détachées jusqu'à dix à quinze ans après l'arrêt de fabrication des produits, y compris pour les produits sourcés, et ce à un prix maintenu le plus bas possible (ce prix n'a pas augmenté depuis la baisse de 30% en 2012). Ce sont ainsi près de six millions de pièces détachées qui sont stockées dans les entrepôts centraux du Groupe à Faucongy, dans l'Est de la France (30 000 m² de surface de stockage).

Considéré comme la référence européenne en matière de réparabilité, le Groupe a été invité à présenter son approche lors de conférences organisées par diverses institutions publiques comme la Cour de justice européenne ou la métropole du Grand Paris. Cet engagement pour la réparabilité lui a valu de nombreuses distinctions. Il a notamment remporté en 2018 le trophée « Responsabilité sociale et environnementale » des European Business Awards, où le Groupe a été sélectionné parmi 112 000 entreprises en compétition dans 34 pays européens.

OBJECTIF GROUPE SEB
Plus de **90%** des produits électroménagers avec engagement « 10 ans réparable »

Depuis 2019, le Groupe SEB expérimente une nouvelle initiative afin d'inciter les consommateurs à faire davantage réparer leurs produits au-delà de la période de garantie quand le coût de la réparation leur incombe. Pour lever les principaux freins que sont la crainte d'un coût élevé et le risque de payer un devis « pour rien », le Groupe a mis au point **une offre de réparation forfaitaire, avec un tarif fixe et unique pour chaque catégorie de produits**. Le consommateur a l'assurance de pouvoir faire réparer son produit pour **moins d'un tiers du prix d'un produit neuf**, et ce **quel que soient la panne, les pièces nécessaires et l'âge de l'appareil** (dans la limite des dix ans d'engagement de réparabilité). Il bénéficie en outre de **six mois de garantie après la réparation** sur la totalité du produit.

Une offre « tout compris » simple et accessible

Les nouveaux forfaits réparation sont proposés à un tarif très inférieur au coût de remplacement, défini par familles de produits (fers à repasser, cafetières, robots culinaires, aspirateurs...). **Le prix est fixe, quelles que soient la panne ou les pièces nécessaires à la réparation.**

Connaître le prix à l'avance, sans avoir à faire de demande de devis préalable : tout est pensé pour faciliter la décision du consommateur à faire réparer son produit.

Pour réussir à proposer ces **forfaits « tout compris »** à un coût unique bas, le Groupe SEB s'appuie sur un réseau dense de **220 réparateurs agréés** en France. Les pièces détachées sont mises à disposition à prix coûtant par le Groupe et la quasi-totalité du forfait va au réparateur (hors coût moyen des pièces).

Lancé tout d'abord en France sur les sites Internet de ses marques – moulinex.fr, tefal.fr, krups.fr, calor.fr, seb.fr, rowenta.fr –, le dispositif a pour ambition de s'étendre rapidement à d'autres marques et à d'autres pays.

— Quels sont les avantages du forfait réparation ? —



PROCESSUS SIMPLE ET RAPIDE



EXTENSION DE GARANTIE 6 MOIS SUR L'ENSEMBLE DU PRODUIT



0 FRAIS SUPPLÉMENTAIRES



TARIF FIXE ET UNIQUE POUR CHAQUE CATÉGORIE DE PRODUIT



ÉCOLOGIQUE : RÉPARER PLUTÔT QUE JETER

* Le Groupe considère un produit comme majoritairement réparable lorsqu'au moins 80% des pannes sont réparables (une ou deux pièces au maximum ne sont pas disponibles ou coûtent plus de la moitié du prix du produit et cette (ces) pièce(s) représente(nt) moins de 20% des risques de panne).



Surperformance de SUPOR au « 618 » shopping festival

En plus du **Double 11** (le 11 novembre), l'autre grand festival du shopping en ligne en Chine est le **618**, qui a lieu chaque année autour du 18 juin.

Cet événement, qui s'étend sur environ trois semaines, a cette année constitué un véritable test en période post Covid-19. De fait, il été un franc succès, avec une consommation en forte hausse par rapport à l'an passé. La marque **SUPOR** a réussi à surperformer le marché, avec des ventes en progression de **64%** durant le festival, dont +80% en petit électroménager.

SUPOR



WMF doublement primée en 2020

Suite à l'étude réalisée en Allemagne par l'institut GfK (*Gesellschaft für Konsumforschung*), **WMF** s'est hissée en février dernier à la **première place dans la catégorie «Meilleure Marque Produit»**, devant de grandes marques de consommation.

Les lauréats ne sont pas désignés par un jury mais par les consommateurs, qui ont été plus de 14 000 à voter cette année. C'est la cinquième année consécutive que WMF est désignée parmi les dix meilleures marques en Allemagne, mais c'est la première fois qu'elle est lauréate. Ce prix prestigieux exprime la reconnaissance d'une stratégie de marque de qualité, pérenne et cohérente, fortement ancrée dans la vie quotidienne des consommateurs allemands.

Plus récemment, en juillet dernier, WMF a reçu l'or au classement «Product Champions», enquête d'envergure menée en Allemagne auprès des consommateurs et qui porte sur la qualité des produits.

WMF a obtenu la **meilleure note** parmi les marques d'articles culinaires dans la catégorie «**Casseroles et Poêles**».

Cette reconnaissance des consommateurs sur la qualité des produits WMF est particulièrement importante tant elle reflète les hauts standards de qualité et de design de l'offre produits ainsi que du positionnement haut de gamme.

en bref

Le patrimoine et le savoir-faire design du Groupe SEB mis à l'honneur



Le Groupe SEB a été choisi pour exposer ses produits dans le cadre de l'exposition «**Designer(s) du Design**» qui se tient du 16 septembre au 15 novembre à Lille, capitale mondiale du design 2020.

Le Groupe fait figure de pionnier du design en France et a été plusieurs fois primé pour ses réalisations.

Quatre couples de produits «historiques-contemporains» du Groupe SEB sont exposés :

- Super Cocotte SEB (1953) – Cookeo Touch Wifi Moulinex (2020)
- Grille tout pain SEB (1973) – Toaster 2 slot Tefal (2019)
- Yaourtière SEB (1974) – Yaourtière Multidélites Express Seb (2018)
- Cafetière GranCafé SEB (1988) – Cafetière Full automatic Evidence Krups (2017)

Les visiteurs passent ainsi par exemple de la Super Cocotte SEB, autocuiseur inédit à son époque, à sa version contemporaine, le multicuiseur électrique Cookeo Touch Moulinex, offrant une interface tactile et s'appuyant sur les technologies digitales.



dans la société **StoreBound**, propriétaire de la marque **Dash**, qui s'est imposée comme marque préférée des consommateurs soucieux de leur santé aux États-Unis.

Fondée en 2010 et basée à New York, StoreBound développe et commercialise sur le continent nord-

Le Groupe SEB investit dans StoreBound et renforce sa présence sur le marché américain du petit équipement domestique

Le 31 juillet dernier, le Groupe SEB a finalisé un accord pour une prise de participation majoritaire

américain des articles et accessoires de cuisine pour améliorer le quotidien.

StoreBound s'appuie sur un **modèle de distribution omnicanale** alliant vente en magasin, e-commerce et médias sociaux, ces derniers tirant parti d'une base de **plus d'un million d'abonnés Instagram**.

En forte croissance, elle a lancé plus de 200 produits depuis sa création et a généré un chiffre d'affaires **supérieur à 100 millions de dollars** au cours des douze derniers mois.



UN PREMIER SEMESTRE 2020 RÉSILIENT DANS UN CONTEXTE DE CRISE SANITAIRE

Le premier semestre 2020 a été marqué par l'épidémie de Covid-19 qui a commencé à Wuhan, en Chine, avant de s'étendre davantage en Asie puis de se propager dans le reste du monde avec des foyers importants en Europe et ensuite sur le continent américain. Face à cette crise sanitaire sans précédent affectant tous les pans de l'économie, la plupart des pays ont mis en place des mesures de confinement, plus ou moins strictes, qui ont conduit notamment à la fermeture des lieux publics, des restaurants et hôtels, ainsi que de la majorité des magasins non alimentaires. Dans ce contexte, la consommation a fortement reculé dans toutes les zones géographiques, **avec un transfert important vers le commerce en ligne**.

Tout au long de cette crise, et aujourd'hui encore, la priorité du Groupe a été **la santé et la sécurité de ses collaborateurs** dans les sites industriels, les entrepôts, bureaux, filiales commerciales ou magasins.

Sur le plan industriel, le Groupe a été amené à fermer temporairement une grande partie de ses usines, en Chine dès janvier, puis en France, en Allemagne, aux États-Unis, au Brésil, en Colombie, etc. Cette production

« à géométrie variable » sur le semestre a entraîné une sous-activité importante et des ruptures ponctuelles de stocks, mais l'ensemble du dispositif industriel du Groupe – 42 sites – a maintenant retrouvé une activité normale avec les prérequis sanitaires.

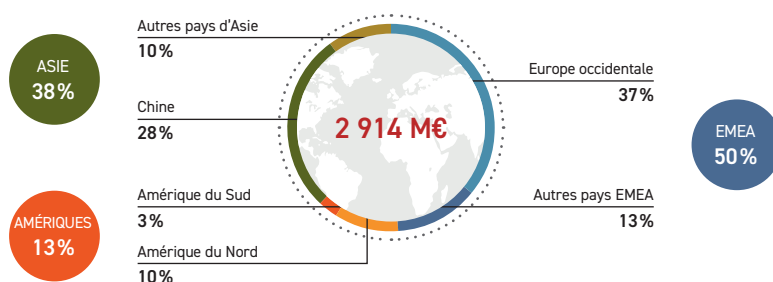
Dans ce contexte très particulier, les ventes du Groupe SEB pour le premier semestre 2020, de 2 914 M€, ont **reculé de 12,7% (12,6% à taux de change et périmètre constants)** par rapport à fin juin 2019.

Ce retrait marqué et inédit se décompose de la façon suivante à taux de change et périmètre constants :

- activité Grand Public : **2 608 M€, -10,6%**,
- Professionnel : **306 M€, -27,6%**.

La baisse du chiffre d'affaires **Grand Public** est directement imputable aux mesures de confinement et aux fermetures de magasins non alimentaires dans la plupart des pays. Elle se décompose ainsi : un recul de 17,3% au premier trimestre, suivi d'un repli beaucoup plus modéré de 3,2% au deuxième trimestre.

RÉPARTITION DES VENTES PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE



En Europe occidentale, les ventes du Groupe étaient en baisse organique de 11,5% à fin juin et se sont avérées très volatiles sur la période. Après un recul de près de 15% à tpc à fin mars, le deuxième trimestre s'est terminé sur une baisse de 8,3% qui masque en fait une très grande volatilité entre le point bas d'avril (-50%) et un mois de juin positif (+45%) sous l'effet, vraisemblablement, d'achats «de rattrapage». La forte dynamique des ventes en ligne, qui avait prévalu pendant le confinement, s'est poursuivie lors du déconfinement. S'y est ajouté en juin un phénomène de reconstitution des stocks des principaux distributeurs physiques.

Dans les autres pays d'EMEA, également impactés par l'épidémie à partir de mi-mars, le repli d'activité au 30 juin a été limité (-2% en organique), avec un premier trimestre légèrement positif et une baisse des ventes de 5,2% à tpc au deuxième trimestre. Le fort rattrapage observé au mois de juin (de l'ordre de +30% vs 2019) a permis de quasiment compenser la très sévère chute de l'activité enregistrée en avril (-40%).

En Amérique du Nord, la baisse de l'ordre de 7% des ventes à tpc au premier semestre reflète l'aggravation de la crise sanitaire au deuxième trimestre, en particulier aux États-Unis et au Mexique. Elle intègre aussi des évolutions hétérogènes selon les pays, les États-Unis résistant mieux que le Canada et le Mexique grâce aux aides à la consommation (chèques Trump).

En Amérique du Sud, au recul des ventes de 24% à tpc s'est ajoutée la forte dépréciation des devises, principalement au deuxième trimestre. Principal pays de la zone, le Brésil concentre cette décroissance, avec une forte chute d'activité enregistrée en avril et mai.

En Chine, premier marché du Groupe et premier pays touché par l'épidémie de Covid-19, notre chiffre d'affaires semestriel, en baisse organique de 14%, intègre deux dynamiques inverses, entre un premier trimestre à -32% et un deuxième à +10%.

Les points de vente physiques ont en effet rouvert leurs portes et leur fréquentation s'est graduellement redéveloppée, accélérant à partir de mai. L'activité est restée toutefois largement nourrie par l'e-commerce, qui a maintenu en grande partie les avances réalisées lors du confinement. SUPOR a notamment réalisé de solides ventes lors du 618 – festival du shopping en ligne en juin, qui s'est avéré un grand succès commercial (+64%).

Dans les autres pays d'Asie, les ventes à fin juin étaient en léger repli organique. Les situations restent toutefois très hétérogènes entre les pays.

Professionnel

Les ventes étaient en baisse de 27,6% à tpc à fin juin, conséquence de la fermeture quasi généralisée du secteur de l'hôtellerie-restauration, qui est venue s'ajouter à un historique 2019 exigeant.

Cet arrêt d'activité total de la très grande majorité de nos clients depuis la mi-mars s'est traduit par une chute de nos ventes de 43,4% au deuxième trimestre. Il a en effet conduit à des suspensions de livraison, des reports de projets d'investissement ou encore à des décalages ou réductions de volumes de commandes, et ce sur tous les grands marchés de machines à café professionnelles (Allemagne, États-Unis, Chine...).

L'équipement hôtelier, largement basé sur des contrats, a été encore plus durement touché au deuxième trimestre, mais son poids est plus limité dans l'activité Professionnel.

RÉSULTAT OPÉRATIONNEL D'ACTIVITÉ (ROPA)

Fortement affecté par les effets de la crise du Covid-19 sur l'activité, le ROPA du premier semestre 2020 atteint **103 M€**, contre 230 M€ à fin juin 2019. À taux de change et périmètre constants, le ROPA s'établit à **125 M€**.

L'évolution du ROPA à fin juin 2020 intègre :

- un effet volume négatif de 134 M€, en lien direct avec la baisse des ventes ;
- un effet prix mix de - 26 M€, reflétant des marchés difficiles et une forte intensité promotionnelle ;
- une augmentation de 24 M€ du coût des ventes, qui intègre à la fois un impact positif lié à des renégociations de nos achats et un impact négatif lié à la moindre activité de nos usines, entraînant une sous-absorption des frais fixes ;
- une réduction de 50 M€ des moyens moteurs dans un contexte de marché qui justifiait à la fois moins d'investissements et une réallocation vers le digital ;
- une baisse de 29 M€ des frais commerciaux et administratifs, principalement réalisée au deuxième trimestre.

La baisse du Résultat Opérationnel d'Activité à fin juin est très essentiellement à mettre au compte du premier trimestre (ROPA de 18 M€ vs 138 M€ en 2019), où les contre-mesures pour atténuer les impacts de la crise n'avaient pas encore pu être mises en œuvre pour certaines ni avoir d'effets pour les autres. Le ROPA du deuxième trimestre s'est établi à **86 M€**, en repli limité de **6,3%** par rapport à 2019, reflétant les économies déjà réalisées.

RÉSULTAT D'EXPLOITATION ET RÉSULTAT NET

À fin juin 2020, le Résultat d'Exploitation du Groupe s'est élevé à **58 M€**, contre 213 M€ au 30 juin 2019.

Ce résultat intègre une charge anticipée d'intéressement et de participation de 5 M€ (9 M€ en 2019) ainsi que d'autres produits et charges pour - 40 M€, contre - 8 M€ au premier semestre de l'année passée. Ces charges sont pour moitié relatives à la restructuration de l'activité Grand Public de WMF (dépréciations d'actifs industriels, coûts sociaux), l'autre moitié étant constituée de divers postes de montants modestes.

Le Résultat financier s'établit à - 29 M€, contre - 46 M€ au premier semestre de l'année passée. Cette amélioration reflète à la fois la baisse du coût de l'endettement et des autres charges financières par rapport au 30 juin 2019.

Le Résultat net s'élève à 3 M€, contre 100 M€ à fin juin 2019.

STRUCTURE FINANCIÈRE AU 30 JUIN 2020

Au 30 juin 2020, les capitaux propres du Groupe s'élèvent à **2 499 M€**, en augmentation de 176 M€ par rapport au 30 juin 2019. La dette financière nette s'établit à **2 085 M€**, en baisse de 343 M€ par rapport au 30 juin 2019, à saisonnalité comparable.

Les investissements du semestre sont stables par rapport à la même période en 2019, de même que le besoin en fonds de roulement par rapport à fin 2019.

Au 30 juin 2020, le ratio dette nette/fonds propres s'établit à **0,8** et le ratio dette nette/EBITDA ajusté estimé sur douze mois glissants est de **2,5** (2,2 hors IFRS 16).



LE GROUPE SEB CÈDE SES ACTIVITÉS PÉRIPHÉRIQUES EMSA JARDIN ET BOEHRINGER

Au premier semestre, le Groupe a cédé deux activités non-stratégiques :

- L'activité Jardin d'**EMSA** a été cédée à Poétic S.A.S., leader français du marché des jardinières, permettant la création d'un leader européen sur le secteur du jardin ;
- **Boehringer**, spécialisée dans la commercialisation de produits d'hôtellerie et acquise au moment du rachat de WMF en 2016, a été cédée au groupe Certina.

Ces opérations s'inscrivent dans le cadre d'une stratégie qui consiste à revoir, si nécessaire, le portefeuille d'activités et à se concentrer sur le cœur de métier afin d'en améliorer les performances.

Perspectives 2020

Le caractère saisonnier de l'activité Grand Public fait que le premier semestre n'est traditionnellement pas représentatif de l'ensemble de l'année.

En outre, les six premiers mois de 2020 ont été bouleversés par les effets sur l'économie globale d'une crise sanitaire sans précédent.

À ce stade, les incertitudes quant au scénario de reprise persistent, en particulier dans un contexte de crise sanitaire toujours grave sur le continent américain et de recrudescence de l'épidémie, avec reconfinement, dans certaines régions. Cette visibilité limitée et ces aléas conduisent le Groupe à rester prudent et à ne

pas extrapoler l'amélioration observée en fin de deuxième trimestre pour l'activité Grand Public sur les mois qui viennent. En fonction de l'évolution de la consommation au second semestre, le Groupe pourrait surinvestir en moyens moteurs afin de nourrir la croissance et préparer 2021.

En ce qui concerne l'activité Café Professionnel, nous tablons sur des ventes qui devraient rester heurtées au second semestre en conséquence de la fermeture quasi généralisée et prolongée du secteur hôtellerie-restauration. Il est en effet vraisemblable que certains de nos clients soient amenés à réajuster l'enveloppe ou le calendrier de leurs investissements, et donc à reporter des commandes.

Par ailleurs, les évolutions des parités monétaires nous conduisent à anticiper des effets devises négatifs sur le Résultat Opérationnel d'Activité qui pourraient se situer dans une fourchette de -70 à -90 M€. Les matières devraient en revanche avoir un impact légèrement positif. Dans ces circonstances, le Groupe SEB confirme **qu'il n'est pas possible de quantifier précisément à ce jour les impacts du Covid-19 sur l'ensemble de l'exercice**, mais que le chiffre d'affaires et le Résultat Opérationnel d'Activité seront en **baisse marquée**.

Au-delà de cette année 2020 atypique, le Groupe réaffirme sa confiance dans son **modèle stratégique solide et équilibré** qui lui permet de maintenir son cap de long terme et le conforte dans la traversée de cette crise.

SEB ALLIANCE ACTEUR DU FINANCEMENT ET PARTENAIRE DES START-UPS INNOVANTES

CLICK & GROW™



robart®



FEELIGREEN
DERMO-INNOVATION



ALKEMICS



Le Groupe a créé en mai 2011 la société d'investissement **SEB Alliance** pour renforcer son dispositif de veille en investissant dans des sociétés innovantes à fort contenu technologique.

Depuis sa création, plus d'une quinzaine d'investissements minoritaires directs ont été réalisés, principalement dans trois domaines, en cohérence avec les axes stratégiques d'innovation du Groupe : le numérique, la santé/bien être et le développement durable. Parmi ces investissements, on peut notamment citer :

- digital/Big Data, avec **Alkemics**, spécialiste de l'échange de données produits entre marques et distributeurs ;
- beauté/santé avec **Feeligreen**, qui a développé des technologies de patches actifs et passifs pour des applications cosmétiques et thérapeutiques ;
- produits connectés robotiques avec **Robart®** (solutions de navigation intelligente), dont la technologie est intégrée dans certaines gammes d'aspirateurs robots de Rowenta ;
- traitement de l'air avec **Ethera**, ayant développé des solutions permettant la mesure et le traitement de l'air intérieur et qui sont intégrées dans nos purificateurs d'air ;
- foodtech avec **Click & Grow**, spécialisée dans les solutions pour potagers d'intérieur.

Ces entreprises apportent des « briques » technologiques pouvant aider le Groupe à accélérer ses avancées dans certains domaines d'innovation.

Dans une volonté d'élargir encore son champ de veille et son écosystème, SEB Alliance a également noué des partenariats stratégiques avec des fonds d'investissement d'innovation que la société peut accompagner en co-investissement.



IEVA : la beauté connectée

En juillet, SEB Alliance a pris une participation minoritaire dans la société **IEVA**. Fondée en 2016, IEVA conçoit et produit des montres et bijoux connectés qui analysent l'environnement afin d'améliorer le rituel beauté et commercialise également des soins capillaires et des produits de maquillage.

Le Groupe SEB est historiquement présent dans le Soins de la personne avec des produits comme les appareils de coiffure, d'épilation, les pèse-personnes, avec sa marque Rowenta notamment. Il s'est récemment développé dans la beauté et la cosmétique connectée sous la marque Feeligreen, dont il est l'investisseur majoritaire.

Avec l'acquisition de IEVA, le Groupe poursuit son développement dans le Soins de la personne, tout en intégrant sa technologie de la beauté connectée personnalisée et son modèle de distribution innovant.

CASTALIE : la microfiltration innovante

En juin, SEB Alliance a pris une participation minoritaire dans la société **CASTALIE**, qui conçoit des **fontaines à eau microfiltrée destinées aux entreprises** et aux restaurants.

CASTALIE propose à ses clients une solution complète : des fontaines, des contenants, des accessoires et des services de maintenance. Leur eau est désormais produite chez eux à partir de l'eau du robinet et micro-filtrée par des fontaines design et éco-conçues. Elle est embouteillée sur le lieu de consommation et dans des contenants réutilisables tels que des gourdes ou des bouteilles en verre, sans transport et sans déchets plastiques. L'objectif sur les deux prochaines années est ainsi **d'éviter la consommation de 100 millions de bouteilles en plastique**.

Le Groupe a choisi de soutenir CASTALIE qui, avec son système de microfiltration innovant, propose une réelle alternative pour la consommation d'eau et la réduction des déchets plastiques.

Chez SEB l'éco-conception et la promotion de produits comme les mugs à la place des gobelets en plastique sont des axes de développement forts dans lesquels CASTALIE s'inscrit donc parfaitement.



en lumière

ANGELL, le VAE* nouvelle génération !

Dans le cadre d'un accord industriel et capitalistique, le Groupe SEB est devenu en mai dernier le **partenaire industriel exclusif pour la production du vélo à assistance électrique nouvelle génération Angell**, dessiné par le designer français Ora-ïto et lancé par Marc Simoncini. Le Groupe prendra en charge l'industrialisation et la fabrication des *smart bikes* Angell dans son usine historique d'Is-sur-Tille (Côte-d'Or).

Le soutien du Groupe au projet s'est accompagné d'une prise de participation minoritaire dans la société éditrice d'Angell au travers de SEB Alliance.

Dans un marché du vélo électrique en pleine croissance, le vélo Angell se distingue par son **design épuré** qui en fait l'un des plus légers et par ses innovations **en connectivité et en sécurité**. Il inclut un large panel de services intégrés

qui facilitent les déplacements et renforcent la sécurité des cyclistes : météo, indice de pollution, programmes d'assistance ou encore GPS. Angell se différencie en outre par son dispositif de sécurité innovant (vibreurs dans les poignées pour indiquer la direction, dispositif d'alerte chute, alarme antivol...).

À Is-sur-Tille, qui emploie environ 200 personnes, le Groupe SEB possède un savoir-faire de développement de produits, d'industrialisation et de production, et a pu rapidement adapter son outil industriel à la réalisation de ce nouveau projet. Avec des précommandes dépassant 2000 pièces, Angell rencontre un vif succès. Les premières livraisons, issues de l'usine d'Is-sur-Tille, sont en cours. Une montée en puissance progressive permettra au Groupe SEB de fabriquer plusieurs dizaines de milliers d'unités par an et d'accompagner l'élargissement prévu de la gamme.

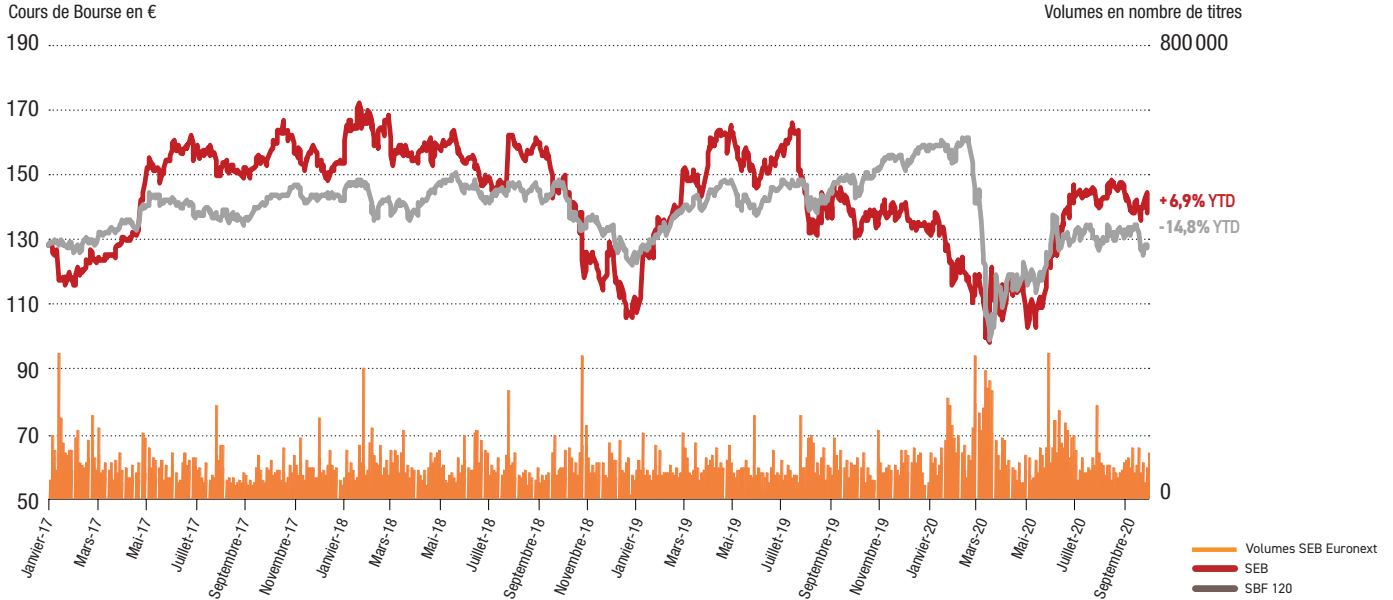
Le Groupe SEB apporte à ce projet entrepreneurial son **savoir-faire industriel** afin de fabriquer et d'industrialiser en France ce projet d'avenir qui partage les valeurs du Groupe telles que l'innovation et l'entrepreneuriat.



* Vélo à assistance électrique.

en bourse

ÉVOLUTION DU COURS DE L'ACTION DEPUIS LE 01/01/2017



Succès d'une nouvelle émission obligataire

Dans le cadre d'une gestion active de sa liquidité, le Groupe SEB a placé avec succès le 9 juin dernier un emprunt obligataire de 500 millions d'euros, d'une durée de cinq ans (échéance au 16 juin 2025) et portant intérêt au taux de 1,375%. L'opération a été largement sursouscrite, témoignant une nouvelle fois de la confiance des investisseurs dans la stratégie et les perspectives du Groupe.

Cette nouvelle émission permet au Groupe SEB de conforter l'architecture de sa dette en sécurisant le refinancement d'une partie de sa dette, tout en allongeant sa maturité moyenne et en profitant de conditions attractives de financement.

PERFORMANCE AU 30/09/2020

Cours de clôture	138,9 €
Capitalisation boursière	6 988 M€
+ haut (en séance, depuis le 01/01/2020)	152,0 €
+ bas (en séance, depuis le 01/01/2020)	86,4 €
Moyenne des douze derniers mois (cours de clôture)	130,5 €
Moyenne des trente derniers jours (cours de clôture)	142,7 €
Moyenne des transactions journalières en actions (douze derniers mois)	69 522

Nous contacter

Actionnaires individuels

Service Actionnaires : +33 (0)4 72 18 16 01 - actionnaires@groupeseb.com

Actionnaires nominatifs

Pour toute demande relative à votre compte nominatif pur, contactez :
 BP2S – Corporate Trust Services – Service Titres SEB
 Grands Moulins de Pantin - 9, rue du Débarcadère - 93761 Pantin Cedex - France
 +33 (0)1 57 43 90 00
 Formulaire de contact disponible sur :
<https://planetshares.bnpparibas.com/login>

Investisseurs et Analystes

Direction de la Communication Financière et des Relations Investisseurs
 + 33 (0)4 72 18 16 40 - comfin@groupeseb.com
 Campus SEB - 112, chemin du Moulin-Carron - 69130 Écully - France

AGENDA

26/10/2020 : Ventes et informations financières 9 mois 2020

FICHE SIGNALÉTIQUE

Société anonyme au capital de 50 307 064 €

Divisé en 50 307 064 actions de 1 € de nominal

Cotation : Euronext Paris, Compartiment A

Code ISIN : FR0000121709

Reuters : SEBF.PA

Bloomberg : SK.FP

