

Une
Histoire
de...



P.2

Une histoire de **VISION**

P.4
PARCOURS
de Thierry de La Tour d'Artaise,
Président du Groupe SEB

P.6
RENCONTRE
avec Stanislas de Gramont,
Directeur Général du Groupe SEB

P.8
GOVERNANCE

P.10
**VALEURS, CHIFFRES CLÉS
ET IMPLANTATIONS**

P.12

Une histoire de **PASSION**

P.14
L'INNOVATION,
une passion depuis 165 ans !

P.16
L'HISTOIRE
du Groupe SEB

P.18
SCHAERER :
l'excellence du café suisse
depuis 130 ans

P.20
NOUVEAUX PRODUITS
pour un quotidien simplifié

P.21
ZUMMO,
une acquisition qui envoie du jus !

P.22
WMF
ou l'année de la Perfection

P.24
PORTRAITS
de la #FamilleSEB

P.26

Une histoire d' **ENGAGEMENT**

P.28
LA SOBRIÉTÉ ÉNERGÉTIQUE
industrielle

P.30
ÉCO-CONCEPTION,
tous les univers de la maison
concernés

P.32
LES SOLIDARITÉS
autour du monde

P.34
SEB ALLIANCE
investit dans le futur

P.35
TEFAL
s'engage pour une économie
circulaire



P.36

Une histoire d' **EXCELLENCE**

P.38
UNE INDUSTRIE PERFORMANTE
et orientée client

P.40
INVESTIR
dans les sites industriels
et logistiques

P.42
UNE STRATÉGIE COMMERCIALE
digitale directe

P.44
L'HUMAIN
au cœur de l'organisation



P.46

PERFORMANCE

P.47
RÉPARTITION
du capital et des droits de vote

P.48
PERFORMANCE FINANCIÈRE

P.50
**PERFORMANCE
EXTRA-FINANCIÈRE**

P.52
PERFORMANCE BOURSIÈRE



165
ans

d'histoires
à vos côtés

GROUPE
SEB

Une histoire

de famille...

entrepreneuriale...

d'innovation...

d'industrie...

de femmes et d'hommes...

durable et responsable...

Une histoire



de

VISION

P.4

PARCOURS

de Thierry de La Tour d'Artaise,
Président du Groupe SEB

P.6

RENCONTRE

avec Stanislas de Gramont,
Directeur Général du Groupe SEB

P.8

GOVERNANCE

P.10

VALEURS, CHIFFRES CLÉS ET IMPLANTATIONS



THIERRY DE LA TOUR D'ARTAISE,

22 ANS

À LA BARRE



Le Groupe SEB a pris un nouveau tournant en 2022 avec une évolution de sa gouvernance le 1^{er} juillet en annonçant la dissociation des fonctions de Président et Directeur Général. Au poste de Président-Directeur Général depuis 22 ans et garant de l'héritage familial, Thierry de La Tour d'Artaise a insufflé au Groupe une dynamique nouvelle et l'a propulsé au rang de leader mondial du Petit Électroménager. Retour sur les grandes réussites d'un capitaine d'industrie visionnaire et passionné.



UN PARCOURS INSPIRANT

Thierry de La Tour d'Artaise débute sa carrière aux États-Unis en 1976. Il fait son entrée dans le Groupe SEB en 1994 en prenant les fonctions de Directeur Général puis Président-Directeur Général de Calor SA. En 1999, il est nommé Vice-Président Directeur Général du Groupe SEB et, en 2000, Président-Directeur Général.

Depuis 2000, Thierry de La Tour d'Artaise s'est appuyé sur des valeurs structurantes fortes pour que le Groupe SEB devienne une référence mondiale du Petit Équipement Domestique. Parmi elles, l'innovation ! Un pari gagnant qui permet de développer une offre de produits à la fois globale et locale, en parallèle d'une stratégie de croissance externe sur tous les continents.

Cette croissance s'appuie notamment sur trois acquisitions qui ont permis un vrai changement de dimension :

- En prenant part au sauvetage de Moulinex en 2001, le Groupe SEB est propulsé leader mondial du Petit Équipement Domestique.
- En 2007, le Groupe SEB rachète Supor et est, à ce jour, la première et unique société étrangère à prendre le contrôle d'une société chinoise cotée en Bourse.
- WMF en 2016 signe l'arrivée du Groupe SEB dans le marché du Professionnel (machines à café et équipement hôtelier) avec de solides positions.

Thierry de La Tour d'Artaise a reçu la médaille de Commandeur de l'Ordre National du Mérite, et est récipiendaire de la Légion d'Honneur.



2000-2022 UN GROUPE PLEIN DE VITALITÉ

CHIFFRE D'AFFAIRES

X 4

de 1 825 M€ jusqu'au record de 8 059 M€ en 2021

22 ACQUISITIONS EN 22 ANS

dont Moulinex,
Supor et WMF

+ 20 000

COLLABORATEURS

de 12 000 collaborateurs
à + de 30 000 en 2022

LE CHANGEMENT DE GOUVERNANCE

En 2018, Stanislas de Gramont entre dans le Groupe SEB et devient rapidement le bras droit de Thierry de La Tour d'Artaise. Ensemble, ils forment un binôme complémentaire et adoptent des positions audacieuses pour faire face aux différentes crises. Dans un monde qui va de plus en plus vite et est de plus en plus complexe, ce tandem actif permet au Groupe SEB de se tourner vers l'avenir avec encore plus de force. Avec cette fonction de Président, Thierry de La Tour d'Artaise reste pleinement impliqué dans les sujets de long terme qui concernent le Groupe, tels que son actionariat, la stratégie, les acquisitions et le développement durable.

L'UNE DE SES PLUS GRANDES FIERTÉS ?

Avoir préservé l'emploi industriel en France où le Groupe compte encore 11 usines et emploie près de 6 000 salariés.

RENCONTRE AVEC

STANISLAS DE GRAMONT, DIRECTEUR GÉNÉRAL DU GROUPE SEB

Depuis le 1^{er} juillet 2022 et le changement dans la gouvernance du Groupe SEB, vous avez pris la fonction de Directeur Général, comment cela s'est-il passé ?

Je suis honoré de prendre ces nouvelles fonctions. D'abord, parce que je suis foncièrement attaché au Groupe, à ses valeurs et à cette « âme SEB » ! Il y a une vraie mobilisation en interne et cela est extrêmement stimulant d'évoluer dans un environnement tourné vers l'innovation et l'humain. C'est un atout assez exceptionnel sur notre marché. Je suis convaincu que ce nouveau schéma de gouvernance va nous permettre de démultiplier nos forces. Nous travaillons ensemble avec Thierry de La Tour d'Artaise depuis plus de quatre ans et nous avons eu des défis inédits à surmonter et des décisions audacieuses à prendre. Un vrai tandem actif s'est créé au fil du temps. En tant que Directeur Général, j'assure la gestion et le pilotage opérationnel du Groupe et anime le Comité exécutif.

Quel était votre parcours avant votre arrivée dans le Groupe SEB ?

Avant de rejoindre le Groupe SEB, j'ai évolué auprès de marques telles que Danone, Orangina, Schweppes ou Kronenbourg. Des expériences qui m'ont permis d'acquies une très bonne connaissance de la distribution mondiale. J'ai rejoint le Groupe SEB il y a déjà presque cinq ans, d'abord en qualité de Directeur Général Délégué, en charge des fonctions commerciales et marketing du Groupe au niveau mondial, avant l'évolution de gouvernance le 1^{er} juillet 2022 ; avec l'envie de mettre toute mon énergie au service du développement et de la croissance du Groupe.

Qu'est-ce qui vous guide au quotidien ?

J'ai eu la chance de voyager tout au long de ma carrière, ça m'a donné le goût de l'aventure, du dépassement de soi, de la rencontre, et surtout le sens du collectif. Je crois beaucoup en cette force humaine. En tant que dirigeant, je me dois d'être performant à titre individuel mais aussi de savoir faire grandir l'ensemble du collectif, ce qui permet de nous soutenir mutuellement pour continuer d'avancer. Et pour les prochains défis que nous avons à relever, je m'attacherai toujours à fédérer les femmes et les hommes du Groupe SEB.

Après une année record en 2021, les résultats du Groupe subissent une légère baisse. Quel regard portez-vous sur cette année 2022 ?

2021 était effectivement une année record. Nous avons bénéficié du boom du Petit Équipement Domestique et de la très forte demande des consommateurs dont le comportement a évolué avec la crise sanitaire : la maison s'est transformée en véritable valeur refuge. Une situation assez inédite !

Pour autant, la trajectoire du Groupe en 2022 reste positive. Notre bilan est certes en baisse, mais notre chiffre d'affaires est supérieur à 2019 (+ 8,2 %), dernière année normative. De leur côté, les activités professionnelles ont connu une belle croissance par rapport à 2021 (+ 15,6 % incluant une croissance organique de 9,2 %). Le Groupe SEB a su, une nouvelle fois, montrer la résilience et la force de son modèle avec beaucoup de réactivité face aux différents événements

rencontrés. Nous sommes aussi particulièrement satisfaits de notre performance en Chine où Supor a pour la première fois franchi le cap des deux milliards d'euros de chiffre d'affaires !

Tout au long de l'année, le collectif a su rester mobilisé avec force et détermination. Nous avons ainsi pu continuer à investir dans nos leviers stratégiques : l'innovation produit, le déploiement international de nos produits champions, l'attractivité de nos marques et l'activation de tous les canaux de distribution. Pas de trêve non plus pour nos investissements de compétitivité - industriels, logistiques, systèmes d'information -, cruciaux pour le futur.

Tous les indicateurs n'étaient pourtant pas des plus favorables ?

Nous avons attaqué l'année 2022 avec beaucoup d'entrain, voyant poindre la fin de la crise sanitaire mais nous avons finalement dû affronter de nombreux défis en 2022 dans un contexte géopolitique mondial divisé, marqué tout d'abord par la guerre en Ukraine, puis par une crise énergétique en Europe. Tout cela a généré, au fil des mois, un ralentissement de l'activité en Europe, des perturbations dans les chaînes d'approvisionnement et une érosion des marges dans un contexte inflationniste.

Depuis plus de 165 ans, le Groupe a connu plusieurs crises que nous avons toujours réussi à surmonter en sachant nous adapter. Malgré les conditions défavorables du marché, nous sommes confiants dans notre modèle économique et savons compter sur le formidable collectif du Groupe.

Quels sont les leviers de croissance pour l'année 2023 ?

Nous restons optimistes quant aux perspectives de croissance structurelle du marché mondial du Petit Équipement Domestique et du café professionnel. Le marché professionnel est en effet aujourd'hui très dynamique, avec une belle reprise de l'activité dans les cafés, hôtels et restaurants. Nous avons récemment renforcé notre leadership sur ce secteur avec des acquisitions stratégiques qui viennent compléter l'offre existante de manière cohérente. L'innovation et la digitalisation sont également de puissants leviers de développements pour l'avenir.

« 2022 est une année de rééquilibrage après les records de 2021. »

Stanislas de Gramont

UNE GOUVERNANCE PLUS IMPLIQUÉE QUE JAMAIS

16 membres

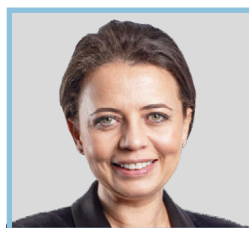
COMITÉ EXÉCUTIF



THIERRY DE LA TOUR D'ARTAISE
Président



STANISLAS DE GRAMONT
Directeur Général



NATHALIE LOMON
Directrice Générale Adjointe
Finances



DELPHINE SEGURA VAYLET
Directrice Générale Adjointe
Ressources Humaines



PHILIPPE SCHAILLÉE
Directeur Général Adjoint
Produits et Innovation



CYRIL BUXTORF
Directeur Général
Grande Europe



PIERRE-ARMAND LEMOINE
Directeur Général
Articles Culinaires



ALAIN LEROY
Directeur Général
Industrie



OLIVIER NACCACHE
Directeur Général
Marchés Émergents



CATHY PIANON
Directrice Générale Affaires Publiques
& Communication,
Directrice du cabinet du Président



OLIVER KASTALIO
Directeur Général
WMF



VINCENT ROUILLER
Directeur Général
Innovation



PHILIPPE SUMEIRE
Directeur Général Juridique,
Secrétaire du Conseil d'administration



VINCENT TAI
Directeur Général
Asie



MARTIN ZOUHAR
Directeur Général
SEB Professionnel PCM et Hôtel



OGUZHAN OLMEZ
Directeur Général
Amérique du Nord

COMITÉ DE DIRECTION GÉNÉRALE

En charge de l'exécution de la stratégie arrêtée par le Conseil d'administration, le Comité de Direction Générale (CDG) définit les grandes orientations du Groupe.

COMITÉ EXÉCUTIF

Le Comité exécutif (COMEX) assure la mise en œuvre des politiques définies par le CDG, globalement et dans leurs périmètres respectifs.

- Membre du Comité audit et conformité
- Membre du Comité gouvernance et rémunérations
- Membre du Comité stratégique et RSE
- Administrateurs familiaux
- Administrateurs indépendants
- Administrateurs salariés

16 membres
 1/3 d'administrateurs indépendants
 54 % de femmes
 10 réunions en 2022 (dont 3 à distance)
 96 % de taux d'assiduité

CONSEIL D'ADMINISTRATION



THIERRY DE LA TOUR D'ARTAISE
Président



DELPHINE BERTRAND
Administratrice, membre du Groupe Fondateur, adhérent à FÉDÉRACTIVE



NORA BEY
Administratrice représentant les salariés



YSEULYS COSTES
Administratrice indépendante



GÉNÉRACTION
Administrateur, membre du Groupe Fondateur.

CAROLINE CHEVALLEY
Représentante permanente de GÉNÉRACTION



AUDE DE VASSART
Administratrice, membre du Groupe Fondateur, adhérent à VENELLE INVESTISSEMENT



JEAN-PIERRE DUPRIEU
Administrateur indépendant



PEUGEOT INVEST ASSETS
Administrateur indépendant
BERTRAND FINET
Représentant permanent de Peugeot Invest Assets



BRIGITTE FORESTIER
Administratrice représentant les salariés actionnaires



FONDS STRATÉGIQUE DE PARTICIPATIONS (FSP)
Administrateur indépendant
CATHERINE POURRE
Représentante permanente du FSP



WILLIAM GAIRARD
Administrateur, membre du Groupe Fondateur, adhérent à VENELLE INVESTISSEMENT



LAURENT HENRY
Administrateur représentant les salariés



BPIFRANCE INVESTISSEMENT
Administrateur indépendant
ANNE GUÉRIN
Représentante permanente de Bpifrance Investissement



JÉRÔME LESCURE
Administrateur, membre du Groupe Fondateur, adhérent à VENELLE INVESTISSEMENT



THIERRY LESCURE
Administrateur, membre du Groupe Fondateur, adhérent à GÉNÉRACTION



VENELLE INVESTISSEMENT
Administrateur, membre du Groupe Fondateur
DAMARYS BRAIDA
Représentante permanente de VENELLE INVESTISSEMENT

COMITÉ AUDIT ET CONFORMITÉ

CE COMITÉ S'EST RÉUNI 5X EN 2022 (DONT 1X À DISTANCE) AVEC UN TAUX DE PARTICIPATION DE 100 %

Ce Comité identifie, traite et évalue les principaux risques encourus par le Groupe. Il intervient également sur la pertinence des méthodes comptables utilisées pour arrêter les comptes annuels et semestriels. Le Comité évalue les systèmes de contrôle interne du Groupe et examine les plans d'intervention et d'action dans le domaine de l'Audit interne et leurs résultats. Enfin, le Comité participe à la préparation du choix du collège des Commissaires aux comptes et veille à leur indépendance.

COMITÉ GOUVERNANCE ET RÉMUNÉRATIONS

CE COMITÉ S'EST RÉUNI 5X EN 2022 AVEC UN TAUX DE PARTICIPATION DE 100 %

Ce Comité fait des recommandations sur la composition du Conseil d'administration, la nomination ou le renouvellement des administrateurs, l'organisation et les structures du Groupe. Il assure le suivi des plans de succession et propose la politique de rémunération des mandataires sociaux et des principaux cadres dirigeants ainsi que la mise en place et les modalités de plan d'achat d'actions et d'actions gratuites.

COMITÉ STRATÉGIQUE ET RSE

CE COMITÉ S'EST RÉUNI 1X EN 2022 AVEC UN TAUX DE PARTICIPATION DE 100 %

Ce Comité examine et formule des recommandations sur les orientations stratégiques élaborées par le management, sur la veille concurrentielle et les projets de croissance externe, ainsi que la politique RSE du Groupe, incluant la définition des objectifs et engagements, la mesure des progrès accomplis et la mise en place des outils de mesure de la performance extra-financière correspondants.

LE GROUPE SEB EN 2022

VALEURS

Animé par les valeurs profondes léguées par ses fondateurs, le Groupe SEB s'attache à respecter une philosophie d'entreprise fondée sur le sens de la responsabilité, la solidarité et l'engagement. La stratégie du Groupe SEB s'appuie sur cinq valeurs fondamentales :

Volonté d'entreprendre • *Passion pour l'innovation* • *Respect de la personne*
Professionalisme • *Esprit de Groupe*

pour répondre à sa promesse :
faciliter et embellir la vie quotidienne des consommateurs
et contribuer au mieux vivre, partout dans le monde.

CHIFFRES CLÉS

CHIFFRE D'AFFAIRES

7 960 M€

-4,7 % À TCPC*

ROPA

620 M€

RÉSULTAT NET

316 M€

INVESTISSEMENTS
INNOVATION

283 M€

PRÉSENT DANS

150 PAYS

MARQUES

32

PRODUITS
COMMERCIALISÉS

344 M

NOMBRE DE SITES
INDUSTRIELS

39

PRODUITS VENDUS CHAQUE SECONDE
DANS LE MONDE

11

MAGASINS

PRÈS DE **1 250**

COLLABORATEURS

+ DE **30 000**

IMPLANTATIONS

● **3 444 M€**
ventes grand public (-11,1 %*)

● **23 sites industriels,**
dont 11 en France

● **+ de 16 000 salariés**
dont + de 3 000
pour la production**

● **531 magasins**

Europe
et autres pays
EMEA

Chine
et autres
pays d'Asie
Pacifique

Amérique
du Nord
et du Sud

● **1 130 M€**
ventes grand public (-5,5 %*)

● **6 sites industriels**

● **2 800 salariés**
dont 1 000 pour la production**

● **36 magasins**

● **2 660 M€**
ventes grand public (+2,3 %*)

● **10 sites industriels**

● Près de **12 000 salariés**
dont + de 8 600
pour la production**

● **667 magasins**

* Taux de change et périmètre constants

** Main-d'œuvre directe uniquement (CDI/CDD/alternants)

Une histoire PA



de SESSION

P.14
L'INNOVATION,
une passion depuis 165 ans !

P.16
L'HISTOIRE
du Groupe SEB

P.18
SCHAERER :
l'excellence du café suisse
depuis 130 ans

P.20
NOUVEAUX PRODUITS
pour un quotidien simplifié

P.21
ZUMMO,
une acquisition qui envoie du jus !

P.22
WMF
ou l'année de la Perfection

P.24
PORTRAITS
de la #FamilleSEB

165 ANS DE PASSION POUR L'INNOVATION !

En 2022, le Groupe SEB a célébré les 165 ans d'une entreprise familiale française devenue leader mondial du Petit Équipement Domestique. 165 ans de passion pour l'innovation, 165 ans de savoir-faire industriel, 165 ans d'engagement pour faciliter et embellir la vie quotidienne des consommateurs et contribuer au mieux vivre... aujourd'hui, partout dans le monde ! Pour s'inscrire dans la durée, le Groupe SEB a su s'appuyer sur des fondations solides. Retour sur une success story familiale.



UN SAVOIR-FAIRE ANCESTRAL QUI S'INDUSTRIALISE

C'est en 1857 à Selongey (Bourgogne), qu'Antoine Lescure, alors rétameur ambulant, décide de s'installer et de créer son atelier de ferblanterie pour fabriquer des casseroles, seaux, arrosoirs, ou encore des entonnoirs. Lors de l'Exposition Universelle de 1900, son fils investit dans une presse à emboutir lui permettant de travailler le fer à froid et d'amorcer la mécanisation de la production. L'emboutissage devient alors la spécialité de la maison familiale !

Concevoir des articles solides, maniables, simples d'utilisation et fabriquer en grande quantité pour les vendre à moindre coût, telle est l'ambition de la famille Lescure. En 1944, l'atelier de ferblanterie devient la S.E.B. : la Société d'Emboutissage de Bourgogne ; un nom qui rend hommage à son métier et à son berceau historique.

Rétameur hier et pionnier de la réparabilité aujourd'hui, le Groupe SEB a su conserver dans son ADN des valeurs fortes et un savoir-faire ancestral, à l'origine de son engagement dans la fabrication de produits « réparables 15 ans au juste prix ».

- 32 MARQUES
- + DE 30 000 COLLABORATEURS
- PRÉSENT DANS 150 PAYS
- 11 PRODUITS VENDUS CHAQUE SECONDE DANS LE MONDE

Centre mondial de l'innovation du Groupe SEB, basé sur le site du siège mondial à Écully (France), regroupant des centres d'excellence dont l'objectif est d'identifier les évolutions technologiques et anticiper leur intégration dans les produits.



DIVERSIFIER POUR SE DÉVELOPPER...

Dans une société française en quête de confort et de modernité, SEB s'offre une nouvelle notoriété avec le lancement de la Super Cocotte en 1953. Sûre, belle, efficace, rapide et solide, elle connaît d'emblée un franc succès et marque un tournant pour l'entreprise. Tout en conservant son expertise culinaire qui a fait sa renommée, SEB s'ouvre au marché du Petit Électroménager et développe sa croissance. Tefal puis Calor sont les deux premières marques françaises rachetées par SEB, avant de devenir le Groupe SEB en 1973. Le Groupe poursuit son expansion grâce à de nombreuses acquisitions, partout dans le monde, notamment dans les marchés émergents.

Le Groupe SEB diversifie les pays dans lesquels il s'implante mais diversifie aussi ses gammes de produits avec comme fer de lance, l'innovation !

Dans toutes les pièces de la maison, le Groupe SEB développe des produits toujours plus innovants dans une démarche globale d'amélioration continue. Tout en respectant les grandes tendances sociétales : retour au fait-maison, utilisation de matériaux recyclés, réparabilité, recyclabilité...

... JUSQU'AU MARCHÉ PROFESSIONNEL

En 2016, avec l'acquisition de WMF, le Groupe SEB s'enrichit de deux belles marques, WMF et Schaefer, et devient le leader mondial des machines à café professionnelles, dans un marché en plein essor. La diversification se poursuit sur le secteur professionnel avec la création d'une division Hôtel et le rachat de Krampouz, inventeur de la crêpière professionnelle et leader sur son secteur. En juillet 2022, c'est Zummo, entreprise espagnole leader mondial des machines automatiques d'extraction de jus de fruits, qui rejoint le portefeuille du Groupe SEB.

Avec des ambitions fortes sur un marché en pleine croissance et rentable, l'activité professionnelle représente aujourd'hui 9 % du chiffre d'affaires global du Groupe SEB. Le Café Professionnel représente 90 % des ventes du segment, que ce soit avec les machines expresso automatiques ou la préparation professionnelle de café filtre.

PLONGÉE DANS LES 165 ANS D'HISTOIRE DU GROUPE SEB !

À l'occasion de cet anniversaire, le Groupe SEB a créé plusieurs formats inédits pour permettre au plus grand nombre de (re)découvrir cette histoire entrepreneuriale et industrielle qui continue chaque jour de promouvoir l'excellence à la française.

SEB DISCOVERY

Un site internet dédié à l'histoire du Groupe SEB qui offre une expérience immersive. Deux personnages reviennent sur les faits les plus marquants du Groupe et de ses marques, dans un parcours audiovisuel disponible en deux langues (français, anglais).

LE PODCAST

Un format plus court qui retrace la vie du Groupe SEB, avec l'une des voix françaises de Tom Cruise ! Il est également disponible en anglais et en allemand.

LE SAVIEZ-VOUS ?

La célèbre Cocotte-Minute® est toujours produite sur le site historique de Selongey. Elle fête ses 70 ans en 2023 !



LE GROUPE SEB DEPUIS



1857

Création de l'atelier de ferblanterie à Selongey



1944

L'entreprise devient la **S.E.B.**
(Société d'Emboutissage de Bourgogne)



1953

Lancement de la **Super Cocotte** SEB
à l'origine du Groupe SEB et de son essor



1968

Acquisition de **Tefal**
(France)



2005

Acquisition de **Lagostina**
et de **Panex** (Italie, Brésil)



2004

Acquisition d'**All-Clad**
(États-Unis)



2001

Reprise partielle de **Moulinex/Krups**
(France/Allemagne)



1998

Acquisition de **Volmo**
(Colombie)



2006

Acquisition
de **Mirro WearEver**
(États-Unis)



2007

Prise de participation
majoritaire dans **Supor**
(Chine)



2011

Acquisition d'**Imusa** et d'**AsiaFan** (Colombie, Vietnam)
Prise de participation majoritaire dans **Maharaja Whiteline** (Inde)
Création du fonds d'investissements SEB Alliance



2019

Acquisition de
Wilbur Curtis et de **Krampouz**
(États-Unis, France)



2018

Regroupement avec **Zahran**
(Égypte) et acquisition
de **750g International**



2017

Acquisition
de **Swizz Prozz**
(Suisse)



2020

Partenaire industriel exclusif de la société **Angell**
et prise de participation majoritaire
dans **StoreBound**, dont **Dash** (France, États-Unis)
Investissement de SEB Alliance dans **Castalie** et **IEVA**



2021

Prise de participation minoritaire
de SEB Alliance dans **Chefclub** et participation
indirecte dans **Back Market** (France)
Acquisition de **Precima** (Maroc)

SES ORIGINES



1972

Acquisition de **Calor**
(France)




1973


Constitution
juridique
du Groupe SEB

1975

Introduction
de l'action SEB
à la Bourse de Paris



1997

Acquisition d'**Arno**
(Brésil)





1988

Acquisition de **Rowenta**
(Allemagne)




2015

Acquisition
d'**OBH Nordica**
(Suède)




2016

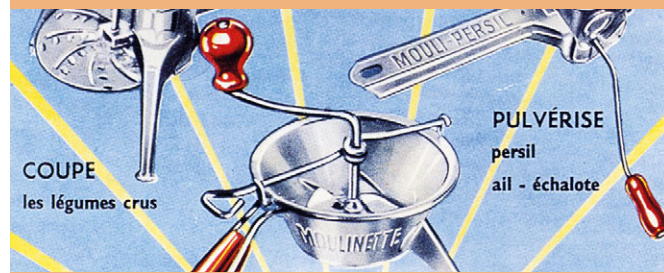
Acquisition
d'**EMSA** et de **WMF**
(Allemagne)




2022

Acquisition de **Zummo**
(Espagne)


D'AUTRES ANNIVERSAIRES EN 2022



90 ans du « Moulin-Légumes » **Moulinex**

Le brevet du fameux « Moulin-Légumes » a été déposé le 16 février 1932 par Jean Mantelet, fondateur de Moulinex. Cet appareil rotatif est capable d'écraser sans effort tous les légumes cuits. Simple et bon marché, il révolutionne la préparation des repas. Le succès est immédiat et le concept est ensuite décliné pour d'autres usages.



25 ans de l'acquisition d'**Arno**

En 1997, le Groupe SEB fait l'acquisition de la marque Arno, le leader brésilien du Petit Équipement Domestique et du Soin de la Maison. Son entrée dans le Groupe propulse la marque à l'international. Au Brésil, Arno est associé au confort et à la facilité d'utilisation de ses produits. 2022 scelle pour Arno, comme pour le Groupe SEB, 25 ans de synergie.



10 ans de **Cookeo**

Le multicuiseur intelligent de Moulinex, le Cookeo, révolutionne la cuisine maison depuis 10 ans. Une édition limitée à 10 000 exemplaires numérotés a été lancée pour célébrer cet anniversaire. L'appareil au design argenté est accompagné d'un livre d'or regroupant les 100 recettes préférées de la communauté Moulinex.

Une histoire de passion



SCHAERER :

L'EXCELLENCE DU CAFÉ SUISSE DEPUIS 130 ANS



Schaerer partage avec le Groupe SEB un puissant élan d'innovation. Un élan qui a poussé Maurice Schaefer à transformer sa société d'équipement médical en une des meilleures entreprises de machines à café professionnelles. Schaefer rejoint le Groupe SEB en 2016 et le propulse sur le marché professionnel, une dynamique renforcée par l'acquisition simultanée de la marque allemande WMF. Retour sur 130 ans d'histoire !



ZUCHWIL EN FÊTE POUR CÉLÉBRER 130 ANS D'EXCELLENCE

Le 26 avril 2022, 250 collaborateurs du site de Zuchwil étaient réunis autour de Thierry de La Tour d'Artaise et du Conseil d'administration du Groupe SEB pour fêter les 130 ans de Schaefer. Dans son discours, le Président du Groupe SEB a rendu hommage au savoir-faire et à la capacité d'innovation de cette marque séculaire qui a su se réinventer au fil du temps ; une dynamique qui l'a construite dès l'origine.



L'INNOVATION SANS FILTRE

Fondée en 1892 à Berne, en Suisse, la marque Schaefer puise ses racines dans un savoir-faire unique. D'abord spécialisée dans l'équipement de matériel médical (tables d'opération et équipements de stérilisation et de désinfection), l'entreprise de Maurice Schaefer s'est appuyée ensuite sur sa connaissance approfondie en matière d'ingénierie pour explorer un nouveau domaine à partir de 1924 : celui des machines à café professionnelles.

Cette expertise en matière de vapeur et de transformation des métaux permet une certaine agilité et apporte alors un vent nouveau dans l'univers du café : la marque met l'accent sur la dimension technologique des produits pour les rendre de plus en plus performants. Outre le Doseur manuel PIC en 1957, considéré comme la première machine à café automatique, la marque crée une petite révolution en 1993, avec le lancement du robuste percolateur en matière plastique, pièce maîtresse des machines à café Schaefer aujourd'hui encore.

La technologie se met au service du goût pour produire des machines à café de pointe. En 1996, la Schaefer Ambiente permet en une seule pression d'obtenir de l'eau chaude, et propose un choix de cinq spécialités à base de café. Grâce à elle, la marque s'exporte au Japon, en Pologne, en Grande-Bretagne, aux Pays-Bas, ou encore aux États-Unis.

UNE EXPÉRIENCE GUSTATIVE COMPLÈTE

En introduisant des produits de plus en plus sophistiqués, Schaefer reste à l'écoute de ses clients. Le slogan "We love it your way" est au cœur de la philosophie de la marque afin de proposer des solutions sur mesure. En 1999, l'entreprise ouvre à Zuchwil son propre "Coffee Competence Center", un centre d'expertise et de formation pour transmettre son savoir-faire centenaire à ses clients, partenaires et collaborateurs. Dès lors, le café est appréhendé comme une expérience multisensorielle à vivre et à retrouver tasse après tasse, avec une attention particulière portée sur les saveurs. 130 ans plus tard, Schaefer continue d'innover et demeure une référence mondiale dans son secteur.

- Présent dans **77 PAYS**
- **380 COLLABORATEURS**
- **19 000 M²** d'usine à Zuchwil
- Plus de **25 000 MACHINES** fabriquées en 2022

GROUPE SEB : QUOTIDIENNEMENT VÔTRE !

Pour l'ensemble de ses marques et produits, le Groupe SEB se donne pour mission de simplifier le quotidien des consommateurs partout dans le monde, notamment grâce à des technologies toujours plus innovantes ou à la création d'écosystèmes : services complémentaires, accessoires, recettes... pour une expérience plus complète. Articles Culinaires, Soins du Linge, de la Maison, ou encore Beauté, les marques du Groupe apportent des solutions uniques et performantes.



UNE VERSION « MINI » POUR LE COOKEO TOUCH WIFI

Le multicooker intelligent Cookeo Touch Wifi se décline maintenant en version mini, tout en conservant l'intégralité des services et fonctionnalités appréciés des utilisateurs. Idéal pour deux personnes ou pour les petites cuisines !

1 MILLION

de centrales vapeur de la gamme
Pro Express Vision vendues dans plus
de 26 pays entre 2018 et 2022 !



LE I-COMPANION TOUCH PRO, DE NOUVELLES FONCTIONNALITÉS INÉDITES... POUR NE PLUS CUISINER SEUL !

Le Companion évolue et propose dans sa nouvelle version « Touch Pro » une balance intégrée et un large choix de recettes personnalisées, basées sur le profil et l'historique du consommateur. Un Companion « made in Mayenne », en France, doté de 18 programmes et de nombreux accessoires.



UNE GAMME DE COUTEAUX ULTIMATE BLACK, SIGNÉE WMF

Ultimate Black ce sont des couteaux de précision à mi-chemin entre l'élégance et le luxe. La lame reste affûtée pendant au moins trente ans grâce à une technologie de pointe : la Diamond Cut.

G5 GRAPHITE CORE : DES POÊLES POIDS PLUME !

La marque américaine All-Clad lance sa nouvelle innovation de qualité professionnelle en graphite. Son slogan : plus léger, plus chaud et plus rapide ! Conçue et assemblée aux États-Unis, la G5 Graphite Core est compatible avec tous les feux. À vos poêles... prêts... chauffez !



4 MILLIONS

de Steampod L'Oréal x Rowenta Salon
fabriqués depuis l'origine,
c'est LE lisseur-boucleur vapeur
professionnel.





ZUMMO, UNE ACQUISITION QUI ENVOIE DU JUS !



UNE NOUVELLE ÉTAPE DANS L'OFFRE BTOB DU GROUPE SEB

Dans un marché en pleine croissance, le Groupe SEB a annoncé en juillet 2022, l'acquisition de l'entreprise espagnole Zummo qui permet d'enrichir l'offre professionnelle du Groupe SEB en la diversifiant.



LA RÉFÉRENCE DES MACHINES AUTOMATIQUES D'EXTRACTION DE JUS

L'entreprise Zummo est née en 1992 à Valence, au royaume de l'orange. Elle est depuis trente ans un leader dans le pressage et la transformation de fruits et légumes frais. Son ambition ? Créer le jus de fruits frais parfait ! Même si l'inconditionnel jus d'orange minute demeure l'une de ses spécialités, Rafael Olmos, son fondateur, n'a pas hésité à diversifier son offre pour répondre à une demande qui évolue.

UNE MARQUE JEUNE ET VITAMINÉE !

Forte de ses 130 collaborateurs et de ses nombreux distributeurs à l'international, l'entreprise poursuit son expansion sur de nouveaux marchés comme celui du jus de pomme, très prisé en Allemagne et au Royaume-Uni notamment. Aujourd'hui, Zummo compte plus de dix familles de produits : presse-agrumes professionnels pour la restauration, extracteurs de jus, distributeurs automatiques, centrifugeuses, etc.

Dans ce segment BtoB en plein essor, elle mise sur des technologies de pointe, comme l'absence de contact du jus pressé avec l'écorce d'orange, pour développer un avantage concurrentiel majeur.

Le Groupe SEB entend capitaliser sur l'expérience reconnue de Zummo pour poursuivre son ambition forte dans le secteur professionnel.

« Nous sommes ravis de l'acquisition de Zummo qui va permettre au Groupe SEB d'accélérer dans l'univers professionnel, un marché en forte progression et rentable. Nous notons une vraie demande au niveau mondial pour ces appareils à jus de fruits naturels. De plus, ces produits sont très complémentaires à notre activité de Café Professionnel, en créant ainsi un vrai écosystème pour l'ensemble de nos clients sur ce secteur. »

Thierry de La Tour d'Artaise,
Président du Groupe SEB

En 2022, l'activité professionnelle représentait 9 % du chiffre d'affaires global du Groupe SEB, soit 725 millions d'euros. 90 % de ces ventes proviennent du Café Professionnel, machines espresso automatiques et préparation professionnelle de café filtre confondues.

- Présent dans plus de **100 PAYS** à travers le monde
- **130 COLLABORATEURS** dont 15 % pour la recherche et le développement expérimental
- **BUREAUX, SHOWROOM, ENTREPÔTS ET SITE DE PRODUCTION** basés à Valence en Espagne
- **PLUS DE 10 FAMILLES** de produits

Une histoire de passion



2022 OU L'ANNÉE DE LA PERFECTION AVEC WMF

Leader mondial des machines à café professionnelles, WMF met toute son expertise du café au profit de sa nouvelle machine à café automatique à destination des particuliers : WMF Perfection. Marque résolument moderne et en perpétuelle quête d'innovation, WMF réhausse les standards de la dégustation et de « l'instant café ».

RECRÉER CHEZ SOI « L'INSTANT CAFÉ » PARFAIT

Dans ce marché en plein essor, WMF a saisi une opportunité : celle de concevoir une machine à café automatique haut de gamme à destination des particuliers. Plus qu'un produit, WMF Perfection est le préambule d'une nouvelle gamme ultra-performante fabriquée sur le site de Mayenne, unique fabricant de machines à café automatiques en France.

Cette machine est le fruit d'une synergie entre une technologie de pointe et la volonté d'enrichir l'expérience utilisateur. Zoom sur ces détails qui en font une machine d'exception :

Élégance et durabilité

Un design contemporain et sobre en Cromargan®, un alliage en acier inoxydable particulièrement résistant et durable.

Confort d'utilisation

Un écran tactile grand format, un accès frontal à l'ensemble des éléments et des circuits autonettoyants garantissent une utilisation intuitive.

Personnalisation parfaite

À chaque profil son ajustement grâce à une multitude de réglages permettant de s'adapter aux préférences de chacun : intensité du goût, quantité d'eau, avec ou sans lait...



LE « MOMENT PARFAIT » AVEC DIANE KRUGER

Pour le lancement de ce nouveau modèle, la marque WMF s'est associée à l'actrice germano-américaine Diane Kruger. Une figure qui incarne les valeurs de WMF à tous les égards : un caractère intemporel et élégant, sophistiqué et cosmopolite, audacieux mais affable.

Qualité des boissons exceptionnelles

La technologie WMF Double Thermoblock et le système WMF Aroma Perfection permettent un contrôle précis de la température et des arômes pendant la préparation.



WMF PERFECTION EN BREF :

- Design sophistiqué en Cromargan®
- Technologie d'insonorisation avancée pour une utilisation silencieuse
- Jusqu'à 18 boissons préenregistrées et 16 profils utilisateurs
- Label « Hygiène » délivré par TÜV Rheinland
- Fabrication française
- Engagement réparable 15 ans au juste prix

UN PARCOURS D'ACHAT ENRICHIS AVEC WORLD OF COFFEE



Pour accompagner le lancement de WMF Perfection, la marque a créé un univers complet autour du café avec World of Coffee, un haut lieu d'expérience adressé à tous les amateurs de café, professionnels ou particuliers. Dans ce concept-store, le client est immergé dans un univers multisensoriel où il peut tester cette nouvelle machine à café automatique iconique, goûter ses boissons, mais aussi

découvrir un large choix de produits associés et vendus séparément : les filtres traditionnels, les mousses à lait électriques, les porte-tamis, les cuillères, les verres, les tasses, mais aussi des grains de café de qualité supérieure.

En plus d'être un point de vente, ce « Monde du Café » abrite aussi un espace de formation et de transmission des savoir-faire, pour rendre accessible la culture du « bon café » et la diffuser. Un service client premium est également disponible.

Ces concept-stores sont en cours de déploiement sur les principaux marchés d'Europe occidentale, mais aussi en Turquie et aux Émirats arabes unis. La promesse d'un savoir-faire qui traverse les frontières...

309
WORLD OF COFFEE
DÉPLOYÉS

185
WORLD OF COFFEE
EN ALLEMAGNE



Raye KOOK,
Marketing et Communication
Manager (Séoul, Corée)

Si j'étais un produit, je serais...

La Tefal One-Pick-Pot-Pan.
Cette poêle-casserole-sauteuse peut tout cuisiner ! Ce produit est très plébiscité par les millennials pour sa polyvalence.

Si j'étais une innovation, je serais...

La Big data !
S'il y a bien une chose que j'ai retenue au travers de mes 15 ans d'expérience en marketing, publicité de marque et marketing numérique, c'est bien qu'il est essentiel d'avoir une vision globale et de bien lire le flux de données pour obtenir une meilleure performance.

Ce qui me rend fière de faire partie du Groupe SEB...

Peu importe la marque et les produits concernés, je suis fière d'innover chaque jour pour faciliter la vie de nos consommateurs. Les innovations que nous développons vont au-delà du design ou de la technologie.

Ma plus belle expérience au sein du Groupe SEB...

Pour célébrer les 25 ans de Tefal en Corée, nous avons développé une campagne totalement inédite dans l'histoire de l'industrie : ouvrir une maison éphémère Tefal sur l'une des plus grandes plateformes du métavers. Ce projet nous a permis de toucher la cible des millennials mais aussi de proposer une nouvelle expérience d'achat à nos clients fidèles. L'engouement suscité (61 490 visites et une augmentation des ventes) démontre bien qu'il faut avoir de l'audace pour évoluer !

Le collectif du Groupe SEB est constitué de femmes et d'hommes animés par une passion commune pour l'innovation et une volonté d'entreprendre de nouveaux projets. Une dynamique impulsée par le Groupe depuis ses origines ! Une véritable équipe mondiale est née au fil du temps et du développement du Groupe SEB à l'international... Rencontre avec quatre collaborateurs du Groupe !

PORTRAITS DE COLLABORATEURS

#FAMI

Fabio DIAZ,
Responsable Maintenance
(Rionegro, Colombie)

Si j'étais une marque, je serais...

Imusa.
Une marque qui nous est chère en Colombie. Elle fait partie de notre patrimoine national.

Ma plus belle expérience au sein du Groupe SEB...

Ma participation à l'amélioration énergétique de l'usine de Cajicá ! Un moment fort de ma carrière où moi, l'ingénieur, je me suis découvert des qualités de leader pour mener à bien ce projet ! Nous avons pu diminuer la consommation énergétique de 27 % en trois ans. Je suis fier de remettre ça, mais dans l'usine de Rionegro cette fois.

Mes qualités et/ou exigences personnelles dans mon travail...

Passion, ambition, leadership !

Une anecdote...

Il y a eu un changement à la direction de l'usine de Cajicá en 2019. La direction m'a alors mis au défi d'élargir mon champ d'action à des nouveaux domaines pour moi, tels que la qualité, la sécurité et l'environnement. Cela a été le début d'une ascension professionnelle qui m'a amené au projet d'efficacité énergétique et, aujourd'hui, à la direction de la maintenance dans l'usine de Rionegro.





Rafea ZACCARIA,
Directeur filiale Groupe SEB Maroc
(Casablanca, Maroc)

Si j'étais un produit, je serais...

La Moulinette 1 2 3 de Moulinex.
Ce produit orange est un doux souvenir de mon enfance.

Si j'étais une innovation, je serais...

La technologie Flex !
Ce bras articulé imaginé et développé sur nos aspirateurs traduit une chose pour moi, les innovations les plus impactantes sont souvent les plus évidentes... C'est une innovation qui répond parfaitement à la mission du Groupe SEB : faciliter le quotidien de nos clients.

Ce qui me rend fier de faire partie du Groupe SEB...

C'est le sentiment que ma mission a un sens : faciliter le quotidien des consommateurs leur permet d'aménager du temps pour ceux qu'ils aiment.

Aussi, le Groupe SEB s'attache vraiment à développer et distribuer des produits de qualité qui durent dans le temps !

Ma plus belle expérience au sein du Groupe SEB...

Mon VIE (volontariat international en entreprise) en Belgique ! C'était la première fois que je quittais la région Rhône-Alpes (France) où j'ai grandi, et cela a été une formidable expérience de vie et de résilience. Sur place, mes collègues ont remplacé ma famille, et c'est là que j'ai trouvé quel sens je voulais donner à ma carrière.

Mes qualités et/ou exigences personnelles dans mon travail...

La maîtrise du marché, l'humilité, car rien n'est jamais acquis, et la transmission de sens pour tous les métiers.

LLESEB



Flora DUSSAUGE,
Technicienne Méthodes Production
(Rumilly, France)

Si j'étais un produit, je serais...

Un faitout !
Un produit polyvalent, qui s'adapte à chaque recette et ne mijote jamais le même plat... Comme mon quotidien à Rumilly.

Si j'étais une marque, je serais...

Tefal.
Le fait d'y travailler et d'avoir grandi dans la région crée un fort attachement. Je connais cette marque depuis toujours.

Ce qui me rend fière de faire partie du Groupe SEB...

C'est d'être actrice de l'industrie locale et française. Une industrie qui fait vivre l'économie de la région !

Ma plus belle expérience au sein du Groupe SEB...

Je fais partie d'une équipe aussi formidable que stimulante ! Et j'ai bien l'intention d'y rester !

Un mot pour raconter mon parcours professionnel au sein du Groupe SEB...

J'ai fait mes débuts en alternance puis j'ai signé mon premier CDI. Je gère aujourd'hui des missions OPS telles que la cadence des machines, l'amélioration des temps de cycle et des pratiques au moment des changements de série ou d'équipe. C'est un métier très enrichissant, mais encore très masculin. Mais les choses commencent à changer !

Mes qualités et/ou exigences personnelles dans mon travail...

La bonne humeur en toutes circonstances et toujours donner le meilleur de soi-même pour soutenir la production.

P.28
LA SOBRIÉTÉ ÉNERGÉTIQUE
industrielle

P.30
ÉCO-CONCEPTION,
tous les univers de la maison
concernés

P.32
LES SOLIDARITÉS
autour du monde

P.34
SEB ALLIANCE
investit dans le futur

P.35
TEFAL
s'engage pour une économie
circulaire

Une histoire **ENGAG**



d'

EMENT

INDUSTRIE ET SOBRIÉTÉ ÉNERGÉTIQUE :

UNE POLITIQUE VOLONTARISTE ENGAGÉE DE LONGUE DATE

En tant qu'industriel responsable, le Groupe SEB a mis en place depuis de nombreuses années une démarche d'éco-production qui vise à réduire la consommation de ressources pendant le processus de fabrication des produits, ressources parmi lesquelles figure l'énergie. L'ensemble des actions mises en place sont au service de la sobriété énergétique et contribuent aussi à réduire l'empreinte carbone du Groupe SEB pour répondre aux objectifs pris par le Groupe dans le cadre de l'initiative *Science Based Targets* (SBT).

UN MODÈLE SOBRE ET PERFORMANT

Pour répondre à ses objectifs ambitieux de réduction de son intensité carbone, le Groupe SEB a notamment fait de la sobriété énergétique de ses installations, l'une de ses priorités. Les premiers engagements SBT ont été formulés en 2018 et des actions ont été structurées depuis cette date sur plusieurs leviers :

- **Processus de fabrication** : optimisation des procédés existants et nouveaux équipements, récupération de chaleur... ;
- **Bâtiment** : isolation des bâtiments, éclairage, production et utilisation d'énergie renouvelable... ;
- **Management de l'énergie** : standard Groupe basé sur les exigences essentielles ISO 50001 pour l'ensemble des sites dans le monde, outil de suivi des consommations...

Ces différentes démarches d'optimisation s'appuient sur une phase d'audit préalable à chaque site permettant de définir des objectifs concrets et ambitieux et les moyens à mettre en œuvre pour les atteindre. Les indicateurs de performance sont pilotés au niveau de la direction générale industrielle Groupe.

LE SAVIEZ-VOUS ?

Depuis 2016, sept sites industriels français et allemands sont certifiés selon la norme ISO 50001 qui vise à optimiser la gestion et la performance énergétique. Ces sites représentent 75 % de la consommation énergétique européenne du Groupe.

UNE AMBITION À L'ÉCHELLE DE TOUT LE GROUPE

Avec 39 sites industriels répartis dans le monde, le Groupe SEB s'appuie sur les différents audits réalisés afin de déployer les solutions les plus pertinentes à chaque site. Outre la mise en place des « 10 essentiels de l'énergie » au niveau mondial, les bonnes pratiques et projets éco-innovants sont régulièrement et largement diffusés dans tous les sites.

En 2022, la stratégie de sobriété énergétique du Groupe connaît une accélération et plusieurs projets se sont concrétisés avec différents leviers d'action :

• UTILISATION DE L'ÉNERGIE SOLAIRE EN AUTOCONSOMMATION

L'usine Lagostina d'Omegna (Italie) a équipé deux bâtiments de panneaux photovoltaïques, qui permettent de couvrir une partie de ses besoins en énergie. L'objectif, à terme, étant de couvrir la totalité des consommations électriques du site.



En Chine, dans un pays où l'électricité est encore très carbonée, les usines de la marque Supor ont suivi différentes phases de diagnostic pour l'installation d'énergie renouvelable. **Trois sites prioritaires – Shaoxing, Yuhuan et Wuhan** – ont été identifiés pour bénéficier de l'installation de panneaux photovoltaïques qui permettront d'élever la part d'énergie solaire dans leur consommation.



• **REPLACEMENT DE MACHINES ÉNERGIVORES**

Berceau historique du Groupe SEB, le site de **Selongey (France)** bénéficie d'une aide de l'État (plan ADEME France Relance) pour réaliser plusieurs aménagements qui permettront une baisse de 11 % des consommations énergétiques : le remplacement de trois tunnels de lavage/dégraissage, le remplacement d'une chaudière à fluide thermique par des chaudières à condensation et la mise en place de récupération de chaleur fatale sur des compresseurs d'air. ▶

Un large programme de **renouvellement du parc de presses à injecter hybrides** a été lancé et s'étendra sur trois ans pour l'ensemble des sites produisant des appareils de petit électroménager. Les premiers à en bénéficier : Mayenne (France) et Cajicá (Colombie).

• **DES BÂTIMENTS PERFORMANTS**

Tous les sites mondiaux ont été concernés par le **remplacement de l'ensemble des éclairages par des LED**, plus performantes et plus économes en énergie.

Sur l'ensemble des sites français, le **calcul du talon de consommation d'énergie**, c'est-à-dire la consommation électrique en période d'inoccupation du bâtiment, a été réalisé et a déjà permis une réduction significative grâce à des actions rapides et ciblées.

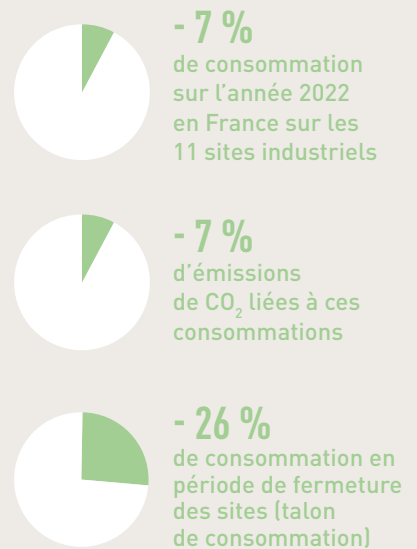
LA DATA AU SERVICE DE LA PERFORMANCE ÉNERGÉTIQUE

En 2022, le système de mesure, suivi et pilotage *Digital Shop-floor Management (DSM) Energy*, développé en interne par une équipe multi-métier, a été généralisé à l'ensemble des sites français.

• **Comment ça marche ?**

Des capteurs installés sur les équipements liés à un logiciel de suivi et des modules de gestion de l'énergie permettent de suivre et identifier les dépenses énergétiques au fur et à mesure et d'appliquer des mesures correctives en cas de dérive.

• **Quels résultats ?**



En 2023, cet outil est déployé sur tous les sites industriels du Groupe SEB dans le monde pour suivre les consommations énergétiques et il sera également possible de le développer pour le suivi des consommations en eau.

ECO
design

VERS PLUS DE PRODUITS ÉCO-CONÇUS !

En tant que leader mondial du Petit Équipement Domestique, le Groupe SEB est conscient de sa responsabilité pour limiter l'empreinte environnementale de ses produits, de leur conception à leur fin de vie. Initiée dès 2003, la politique d'éco-conception n'a cessé de se renforcer jusqu'à la création du label ECOdesign en 2021.

PETIT ÉLECTROMÉNAGER : TOUTE LA MAISON EST CONCERNÉE !



MACHINE À CAFÉ AUTOMATIQUE EVIDENCE ECO

Constituée à 62 % de plastique recyclé, correspondant à 31 % du poids total de la machine, et avec un taux de recyclabilité potentielle allant jusqu'à 90 %.



ECO CREP'PARTY

Fabriquée à partir de plastique à 84 % recyclé, représentant 34 % du poids total du produit.



ASPIREUR GREEN FORCE EFFITECH

Fabriquée à partir de plastique à 70 % recyclé et recyclable jusqu'à 82 %, il offre une puissance d'aspiration équivalente à un modèle de 900 W tout en consommant deux fois moins d'énergie.



FER À REPASSER EASYGLISS ECO

Constitué de 35 % de matières recyclées et recyclable jusqu'à 88 %, sa consommation d'énergie (en mode éco) est inférieure de 30 % à sa consommation en mode classique.



ECO RACLETTE 8

Plaque grill amovible composée à 100 % d'aluminium recyclé et consommation d'énergie inférieure de 10 % (par rapport à un appareil équivalent).

Sans compromis sur la performance ou le design des produits, ce label offre une information claire et directe aux consommateurs et valorise les produits répondant à cinq critères d'éco-conception :

- **intégration de matériaux à plus faible impact environnemental ;**
- **une meilleure efficacité énergétique ;**
- **des produits conçus pour durer et pour être réparés ;**
- **des produits toujours plus recyclables ;**
- **des éco-emballages (carton composé d'au moins 90 % de fibres recyclées avec utilisation d'encre végétales, suppression du polystyrène expansé et des sous-emballages plastiques).**

La prise en compte de ces critères impacte toute la chaîne de valeur du produit, de sa conception à son recyclage en fin de vie, en passant par les achats de matières.

Depuis le lancement de la première gamme complète de produits pour la préparation culinaire Moulinex-Tefal à l'automne 2021, ce sont maintenant tous les univers de la maison qui sont concernés. Fabriqués en France et en Allemagne, ces produits éco-conçus sont majoritairement à destination des marchés matures pour l'instant.

Petit tour des nouveautés 2022 !

ARTICLES CULINAIRES : SUR PLACE OU À EMPORTER !



▲ **GAMME POÊLES ET CASSEROLES (RE)NEW**
Conçue avec un corps en aluminium 100 % recyclé, représentant au minimum 51 % de la masse totale du produit.



◀ **GAMME COCOTTE LOV**

Conçue à partir de 97 % d'acier de récupération, dont 55 % recyclés et 42 % issus de rebut de production de fonte. Disponible en trois couleurs pastel tendance et en plusieurs formats (ronde, ovale et plate ; de 25 à 34 cm).



◀ **CLIP & CLOSE ECO**

Boîte de conservation fabriquée à partir de 85 % de plastique biosourcé certifié ISCC (avec notamment de l'huile recyclée issue des huiles de cuisson, ou encore des matériaux résiduels provenant de la production de papier). Disponible en cinq tailles différentes (capacité de 0,2 et 3,7 L).

◀ **DRINK2GO TRITAN ECO**

Gourde composée à 50 % de Tritan recyclé certifié ISCC. D'une capacité de 0,7 L et disponible en quatre couleurs.



DES ACTIONS SOLIDAIRES

POUR CONTRIBUER AU MIEUX-VIVRE, PARTOUT DANS LE MONDE

Animé par les valeurs humanistes léguées par ses fondateurs, le Groupe SEB est depuis toujours attaché au respect d'une philosophie d'entreprise fondée sur le sens de la responsabilité, la solidarité et l'engagement. Une culture de mécénat s'est ainsi largement diffusée à l'ensemble des filiales et, aujourd'hui, 92 % des principales filiales du Groupe sont engagées dans un programme de mécénat et d'actions de solidarité pour contribuer à la dynamique économique et sociale des territoires.

ZOOM SUR TROIS ENGAGEMENTS 2022

10 ANS DE SOUTIEN À LA BANQUE SOLIDAIRE DE L'ÉQUIPEMENT

En septembre, le Fonds Groupe SEB et la Banque Solidaire de l'Équipement (BSE), portée par Emmaüs Défi, ont célébré dix ans de partenariat. Parce que meubler son logement est un facteur d'intégration sociale, le Groupe SEB soutient la BSE qui accompagne des familles démunies à s'approprier leur nouveau logement, en leur proposant les indispensables de l'équipement de la maison. En dix ans, la BSE et le Groupe SEB ont pu équiper près de 9 000 ménages, soit près de 21 000 bénéficiaires, avec des produits neufs du Groupe à petits prix, pour aménager leur nouveau logement. En 2022, 530 ménages ont été équipés sur l'antenne de Lyon.



Maison Ronald McDonald de Limoges



COMME À LA MAISON AVEC LA FONDATION RONALD MCDONALD

Le Fonds Groupe SEB a soutenu la Fondation Ronald McDonald en équipant sur mesure ses dix Maisons de Parents en France : bouilloires et grille-pain, gaufriers, poêles ou encore ustensiles de cuisine mais aussi aspirateurs... La mise à disposition de ces produits a pour objectif de faciliter le quotidien des familles en leur permettant de se sentir comme à la maison, mais aussi d'animer des moments de convivialité autour de repas partagés ou d'ateliers de cuisine.

Les Maisons de Parents sont des lieux d'accueil dédiés aux familles d'enfants hospitalisés, qui facilitent la proximité des proches avec l'hôpital, et permettent de maintenir ainsi l'équilibre affectif des enfants si essentiel à la guérison. Chaque année, ce sont 5 000 familles qui bénéficient de cet accompagnement.

AGIR POUR LES UKRAINIENS

Le Fonds Groupe SEB a rejoint l'élan de solidarité internationale en réalisant un don de 500 000 euros à l'UNHCR, l'agence des Nations unies pour les réfugiés. Cette somme a permis de soutenir la population ukrainienne qui fait face à des conditions de vie extrêmement difficiles. Cette initiative s'est accompagnée d'autres dons en nature : fournitures sanitaires et médicales pour les centres de soins en Ukraine, dont 75 respirateurs MakAir ; et 700 produits à destination du centre d'hébergement du Foyer Notre-Dame des Sans-Abri à Écully, qui accueille des personnes déplacées d'Ukraine. La filiale du Groupe SEB en Ukraine a fait don de plus de 30 000 euros à un fonds médical local et a offert des produits d'une valeur de 28 000 euros. D'autres filiales ont également participé à l'effort humanitaire.



● 3,9 M€ consacrés au mécénat via le Fonds Groupe SEB en 2022

UN ENGAGEMENT CITOYEN MONDIAL

• UNE SECONDE VIE POUR LES ÉQUIPEMENTS INFORMATIQUES EN ALLEMAGNE

WMF a fait don de 545 appareils informatiques et mobiles (ordinateurs portables, imprimantes, écrans...) d'un poids total de 1,5 tonne, au Groupe AfB. Première entreprise adaptée européenne, AfB donne une seconde vie au matériel informatique professionnel tout en formant et employant des personnes en situation de handicap pour ces opérations. Au total, 26 % des appareils ont pu être commercialisés ou donnés à des associations partenaires.



• FACILITER L'ACCÈS À L'EAU POTABLE EN COLOMBIE

Dans le cadre d'un partenariat entre la Fondation Imusa - Samurai Taller de Sueños, et l'ONG The Social Water, 500 familles colombiennes, de la région de Chocó, ont bénéficié d'un accès à l'eau potable. La Fondation a fait don de 500 seaux et l'ONG y a installé des filtres purificateurs d'eau capables d'éliminer 99,99 % des bactéries.



● Les collaborateurs de 75 SITES et 43 PAYS mobilisés pour la Charity Week



• DEUX NOUVELLES ÉCOLES EN CHINE !

Supor a financé la construction de deux nouvelles écoles en Chine, à Hebi (Henan) et Honghe (Yunnan), chacune d'une capacité de 141 élèves. Pour l'ouverture de ces écoles, plus de 20 collaborateurs de la marque ont participé à différentes activités avec les enfants pendant deux jours : sport, ateliers culinaires, ou encore activités artistiques. Depuis le début du projet en 2006, 28 écoles ont ouvert leurs portes sur l'ensemble du territoire, principalement dans les zones rurales.



• FORMER LES TINTEROS EN COLOMBIE

Dans le cadre du programme *Tinteros de corazón*, les *tinteros* - vendeurs de café ambulants - ont bénéficié d'une formation de deux mois sur la gestion de leur entreprise, la santé et la sécurité et le service à la clientèle. 200 *tinteros*, qui vivent dans des conditions précaires, ont ainsi pu améliorer leur situation et celle de leur famille.

• VENIR EN AIDE AUX SINISTRÉS AU BRÉSIL

Les collaborateurs du Groupe SEB Brésil en lien avec la Fondation Arno-Rochedo se sont mobilisés avec le lancement des opérations *SOS Petrópolis* en février, puis *SOS Recife* en mai, pour venir en aide aux sinistrés des pluies diluviennes qui ont dévasté ces deux régions : collecte de biens de première nécessité, levée de fonds et distribution de produits de Petit Équipement Domestique du Groupe, au profit de la Croix-Rouge brésilienne et d'autres associations humanitaires.



LA CHARITY WEEK, UNE SEMAINE SOLIDAIRE CONTRE L'EXCLUSION !

- Des collectes alimentaires, de jouets ou de vêtements sur les sites, destinés aux plus démunis.
- Des levées de fonds au bénéfice d'associations locales engagées pour faciliter la vie des personnes âgées ou en situation de handicap.
- Des repas partagés et des ateliers de cuisine participatifs.
- Des ventes aux enchères, spectacles et jeux concours.
- La participation de salariés à des ateliers et journées solidaires.

SEB ALLIANCE : INVESTIR DANS LE FUTUR

SEB Alliance, le véhicule d'investissement du Groupe SEB, poursuit ses investissements en 2022, en lien avec les ambitions du Groupe dans trois domaines principaux d'innovation : le monde connecté, le bien-être et le développement durable. En 2022, le montant total des investissements de SEB Alliance s'élève à 250 millions d'euros, soit une augmentation de plus de 65 % par rapport à 2021. Le Groupe SEB envisage d'atteindre 300 millions d'euros d'investissement d'ici à 2025.

UN PARTENARIAT DURABLE AVEC LA SOCIÉTÉ D'INVESTISSEMENT BLISCE/

En mai, SEB Alliance investit dans blisce/, la société d'investissement responsable labellisée B Corp, fondée par Alexandre Mars.

Le Groupe SEB a notamment été convaincu par les investissements de blisce/ dans des entreprises à impact positif. Complémentaire en termes de positionnement, cet investissement permet aussi de s'ouvrir davantage aux start-up américaines spécialisées dans le *Direct-to-Consumer*, en participant à leur développement et en apportant sa connaissance des consommateurs et des marchés.

Dans le prolongement de ce début de collaboration, SEB Alliance a pris une participation indirecte dans Too Good To Go, l'application anti-gaspi n° 1 en France et largement présente en Europe de l'Ouest et en Amérique du Nord. Cet investissement rejoint un axe majeur d'engagement du Groupe SEB et un enjeu de société important : la lutte contre le gaspillage alimentaire.

blisce/



SEB Alliance
250 MILLIONS
investis depuis sa création

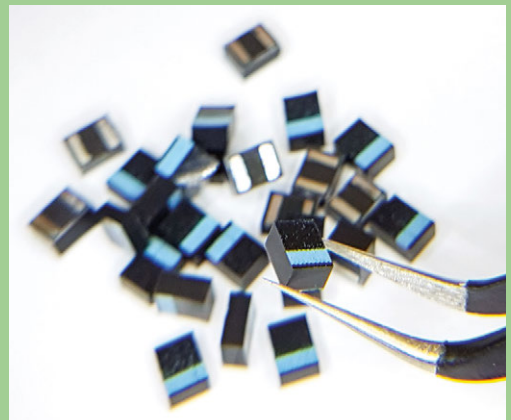


« Nous sommes ravis de l'arrivée du Groupe SEB parmi nos investisseurs. Les synergies et apports mutuels entre blisce/ et SEB Alliance nous ont paru évidents, tant sur notre expertise commune en matière de business BtoC que sur notre vision et nos ancrages internationaux. Notre relation fondée sur la collaboration et la confiance sera bénéfique pour les entreprises dans lesquelles blisce/ investit chaque année. »

Alexandre Mars,
Président-fondateur de blisce/

ITEN DES MICRO-BATTERIES POUR IMAGINER LE PETIT ÉQUIPEMENT DOMESTIQUE DE DEMAIN

En octobre, le Groupe SEB investit dans ITEN, une entreprise française spécialisée dans la production de micro-batteries révolutionnaires, deux fois lauréate du Concours Mondial d'Innovation. Sa maîtrise de l'ensemble de la chaîne de production, de l'éco-conception jusqu'à la fabrication, fait écho à la stratégie RSE du Groupe et à sa démarche d'amélioration continue de ses produits. Leur technologie de micro-batterie lithium-ion solide n'utilisant aucuns métaux lourds et étant 100 % recyclable, rechargeable et avec une durée de vie particulièrement longue, permettra d'envisager le futur du Petit Équipement Domestique tout en luttant contre l'épuisement des ressources. Cet investissement intervient alors que la société est en phase d'industrialisation, lui permettant ainsi de se doter de deux usines supplémentaires en France et ainsi assurer la production de plusieurs centaines de millions de micro-batteries par an.





TEFAL EN BOUCLE !

Avec près de 350 millions de produits vendus dans le monde chaque année, le Groupe SEB a conscience de son impact et s'engage, avec des actions concrètes, pour une économie circulaire. Alors que les appareils électriques bénéficient de réseaux d'éco-organismes nationaux, la collecte et le traitement d'articles culinaires usagés (poêles, casseroles ou faitouts) ne dispose pas encore de filière spécifique alors même qu'ils sont recyclables à 80 % en moyenne. Pionnier, Tefal a mis en place un véritable maillage logistique et territorial pour une gestion responsable des produits en fin de vie.

TEFAL, AU CŒUR DU CERCLE VERTUEUX

En constatant que 60 % des poêles usagées sont jetées dans les ordures ménagères, Tefal a été pionnier sur les opérations de recyclage en magasin. Depuis 10 ans, Tefal mène ces opérations, d'abord en France puis dans une dizaine de pays. Ces actions reposent sur une collaboration entre le Groupe, des entreprises spécialisées dans le recyclage (Excoffier Recyclage) et des distributeurs partenaires. En magasin, les consommateurs sont invités à déposer leurs anciens produits en échange d'un bon de réduction pour l'achat d'un nouvel article : poêles ou casseroles en aluminium 100 % recyclé. Une fois collectés, les poêles, casseroles et faitouts usagés sont triés, les matériaux séparés et broyés, avant d'être réinjectés dans la fabrication de nouveaux produits.



RETOUR SUR DES CAMPAGNES DE 2022

• LE RECYCLAGE EN UN CLIC

En France, Tefal a lancé une opération de recyclage inédite en ligne, en partenariat avec Cdiscount et La Poste : chaque client Cdiscount qui achetait un produit de la gamme « La Recyclée » de Tefal était remboursé de 50 % du prix du produit s'il renvoyait ses poêles, casseroles, faitouts ou encore moules en métal usagés.

Les opérations en magasin ont été renouvelées dans les enseignes partenaires tout au long de l'année : Leclerc (partenaires depuis l'origine), Carrefour, Auchan, Système U, Cora et BHV.



• UN NOUVEAU PAYS DANS LA BOUCLE !

En Australie, Tefal a lancé une première opération de recyclage avec la chaîne de grands magasins Myer. En tout, 14 magasins ont été concernés par l'opération et 683 kg d'articles usagés ont été collectés. À l'occasion de ce programme, la nouvelle gamme de cocotte en fonte Tefal LOV, conçue à partir de 97 % d'acier de récupération, a été lancée.



P.38
UNE INDUSTRIE PERFORMANTE
et orientée client

P.40
INVESTIR
dans les sites industriels et logistiques

P.42
UNE STRATÉGIE COMMERCIALE
digitale directe

P.44
L'HUMAIN
au cœur de l'organisation

Une histoire **EXCEL**



d'
LENCE

DES SITES DE PRODUCTION PERFORMANTS ET ORIENTÉS CLIENTS

Depuis de nombreuses années, le Groupe SEB s'est engagé dans une démarche d'excellence opérationnelle avec le programme Opération Performance SEB (OPS), appliqué à l'ensemble de la chaîne des opérations (achats, production et logistique) pour être plus agile et performant et ainsi mieux servir les clients. En effet, dans un contexte compétitif, où 60 % des produits sont fabriqués en interne, dont 21 % de la production réalisée en Europe, il est essentiel pour le Groupe d'adapter son modèle industriel et sa chaîne de valeur aux besoins de ses clients, tout en améliorant la satisfaction des collaborateurs et en préservant la planète. Le programme OPS a permis la mise en place d'une culture commune de la performance par l'amélioration continue et cela s'est accéléré en 2022.



TRAVAILLER TRANSVERSALEMENT POUR GAGNER EN PERFORMANCE

La performance industrielle portée par le programme OPS est une véritable réussite collective. La dynamique de la transformation s'opère en plusieurs étapes :

- 1) Un diagnostic de l'ensemble de la chaîne de valeur** : des achats à la mise à disposition du produit, en passant par la production ; les activités sont mises en perspective par rapport à la valeur ajoutée apportée aux clients.
- 2) L'élaboration d'un plan de transformation de bout en bout** de la chaîne de valeur pour recentrer les opérations sur le besoin client.
- 3) La mise en place d'un plan de transformation de 2 à 3 ans** (en fonction de la taille du site).

Quelle que soit la spécialité des sites, (articles culinaires et ustensiles, petit équipement domestique ou professionnel et hôtellerie), le plan de transformation comprend :

- Le recentrage du processus d'animation de la performance (AIC) sur l'identification de la non-valeur ajoutée avec l'objectif de toujours faire participer le personnel aux améliorations continues.
- Des transformations physiques et visibles des sites : optimisation des postes de travail, des équipements, des surfaces et des flux pour plus de sécurité, d'ergonomie et de flexibilité.
- Des changements de pratiques de planification et d'approvisionnement.
- Des évolutions du *Core Model Manufacturing* et des outils digitaux pour faciliter la réduction des coûts opérationnels et favoriser le travail collaboratif.

- Des adaptations des organisations et des métiers vers plus de compétences.
- Des collaborations « gagnant-gagnant » avec les fournisseurs stratégiques pour plus de résilience.





UNE ACCÉLÉRATION SIGNIFICATIVE DU DÉPLOIEMENT

Après deux usines pilotes en France, 12 sites industriels à forts enjeux sont déjà engagés dans le programme de transformation à fin 2022 (dont six en France, trois en Allemagne, un en Suisse et deux en Colombie). Ces sites représentent 40 % de la valeur de production totale du Groupe.

En 2023, six nouveaux sites, dont deux sites chinois Supor, vont intégrer le programme, ce qui représentera alors 80 % de la valeur de production du Groupe SEB d'ici à 2024.



RÉSULTAT DES USINES PILOTES DU PROGRAMME EN 2022 ?

- **Productivité de la main-d'œuvre directe** : en moyenne les sites en transformation délivrent plus de 8 % de productivité annuelle grâce à la réduction des activités à non-valeur ajoutée.
- **Stock (matières premières, composants et en cours)** : une réduction en moyenne de 13 % grâce aux nouveaux processus de planification et d'approvisionnement.
- **Plus de 800 collaborateurs** ont déjà été impliqués dans le programme en 2022, permettant une meilleure appropriation et un partage des standards et bonnes pratiques et une culture d'excellence opérationnelle.

DES RÉSULTATS VISIBLES SUR LES SITES

Comme ce fut le cas pour les usines pilotes, tous les sites en transformation ont significativement amélioré leurs performances en termes de service, de qualité, de productivité et de trésorerie.

L'exemple de Cajicá (Colombie)

Le plan de transformation engagé depuis mars 2022 à Cajicá permet au site de gagner en compétitivité et en compétences afin d'accueillir de nouveaux produits. Les principaux indicateurs de performance ont connu une forte amélioration :

- **Service client** : + 18 % de mise à disposition des blenders en temps et qualité produit.
- **Productivité main-d'œuvre** : +18 % sur le produit pilote et + 5 % au niveau de l'usine.
- **Optimisation surface** : - 4 455 palettes, soit une surface de 1 400 m² libérée.
- **Efficacité énergétique** : - 11 % kWh par produit.
- **Optimisation trésorerie** : - 30 % de stock de matières premières.



Une histoire d'excellence



FRANCE, TERRE NATALE DU GROUPE SEB



Le Groupe SEB a toujours intégré à sa stratégie la volonté de valoriser son savoir-faire et ses territoires d'implantation. Né en France, dans un atelier de ferblanterie bourguignon, il est aujourd'hui un véritable acteur global, fièrement et durablement ancré dans toutes les régions du monde. En France, pour accompagner son développement mondial, le Groupe SEB continue d'investir dans l'outil industriel de ses marques. C'est aussi en France, que le Groupe installe son tout nouveau site logistique pour rayonner sans limites !

LE SITE DE PLUGUFFAN S'AGRANDIT : PLUS D'ESPACE POUR PLUS DE CRÊPES !

Krampouz, marque bretonne emblématique, conçoit et fabrique des appareils de cuisson de précision, pour les professionnels comme pour les particuliers : crêpières, gaufriers, planchas, barbecues... Depuis son rachat en 2019 par le Groupe SEB, la marque change de dimension grâce à un fort développement à l'international.

Zoom sur les travaux d'agrandissement de l'usine de Pluguffan, en Bretagne.



À PLUGUFFAN, ON MET LES BOUCHÉES DOUBLES !

En 2022, le Groupe SEB a investi plus de 5 millions d'euros dans les travaux d'extension de l'usine bretonne. Son objectif : augmenter ses capacités de production, acquérir un outil industriel performant, et offrir aux collaborateurs des espaces leur garantissant confort et bien-être. Il s'agit aussi d'étendre le laboratoire de recherche et de tests, pour poursuivre son travail d'innovation. La surface actuelle augmentera de près de 50 % pour atteindre les 10 000 m². Le chantier, qui a débuté en mars 2022 avec des entreprises locales, prendra fin au cours de l'été 2023.

FÉVRIER 2022

Obtention du permis de construire et début des travaux par le terrassement.

MARS 2022

Les travaux au niveau du bâtiment industriel débutent.

MAI 2022

Les travaux du nouveau bâtiment tertiaire débutent.

DÉCEMBRE 2022

Le nouveau bâtiment tôlerie pour les machines-outils et le nouveau bâtiment d'expédition sont mis en service.

EXPORTER LE « MADE IN FRANCE » EN EUROPE

L'outil industriel du Groupe SEB est déployé de façon à répondre à la spécificité de chaque marché. Les usines françaises et européennes sont dédiées à des produits pour lesquels le Groupe détient des positions de leader, notamment des produits à haute valeur technologique destinés principalement aux marchés matures. Le « Made in France » occupe une place stratégique pour le Groupe qui conserve dans l'Hexagone 11 sites industriels et qui cherche à conjuguer, avec agilité, puissance industrielle globale et proximité des zones de consommation. Un réseau logistique performant est ainsi la clé pour livrer au mieux l'ensemble des clients, particuliers comme professionnels.

À BULLY-LES-MINES, LE BÂTIMENT SORT DE TERRE

Pour répondre à cette dynamique économique du Groupe SEB à l'international, une nouvelle plateforme logistique de 100 000 m² va voir le jour dans le nord de la France, à Bully-les-Mines. Sa vocation : distribuer l'ensemble des marques de Petit Électroménager du Groupe, produites notamment en France, aux marchés de l'Europe de l'Ouest.



Ce nouvel entrepôt logistique illustre l'ambition du Groupe SEB de contribuer à l'attractivité économique des territoires sur lesquels il est implanté. À l'horizon 2030, pas moins de 500 emplois seront créés sur cette plateforme logistique.

Ce site n'a pas été choisi au hasard ! Il est idéalement situé à proximité d'une bretelle d'autoroute, proche d'une plateforme multimodale (transport ferroviaire et routier) et d'un embranchement de la fameuse route de la soie.

Retour sur les grandes étapes qui ont rythmé l'année :

- Le 26 janvier 2022 a eu lieu la pose symbolique de la première pierre, en présence de nombreux élus et partenaires locaux.
- En mars 2022, le Groupe SEB confirme son partenariat avec FM Logistic, acteur de référence dans le domaine de la logistique, pour la gestion opérationnelle de cette future plateforme XXL.
- Les travaux se sont achevés en décembre avec la livraison du bâtiment. Une campagne de recrutement a été lancée fin 2022 pour permettre les premières livraisons au printemps 2023.

EN BREF :

100 000 M²
DE SURFACE

80 MILLIONS D'EUROS
D'INVESTISSEMENT

140 000
PALETTES STOCKABLES
EN MOYENNE

JUSQU'À
100 CAMIONS
PAR JOUR

500 EMPLOYÉS
À L'HORIZON 2030

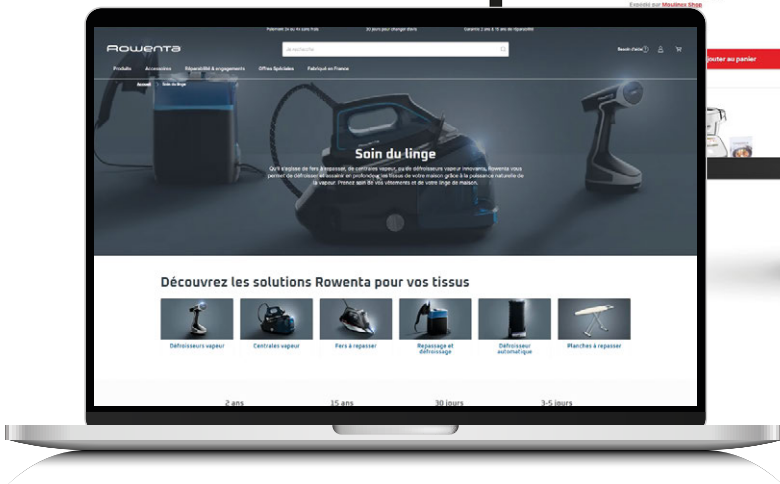
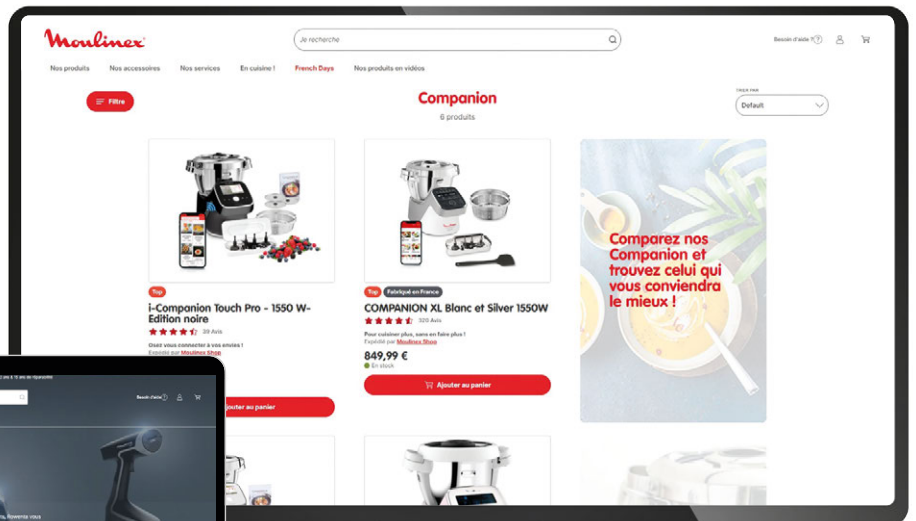
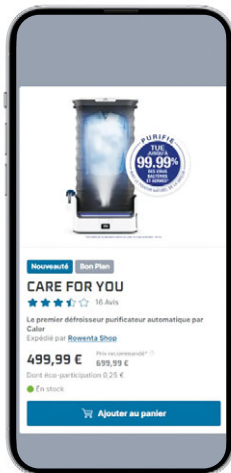
UNE SOLIDE STRATÉGIE DE DISTRIBUTION MULTICANALE

La stratégie commerciale du Groupe SEB s'appuie sur un principe simple : satisfaire les besoins des consommateurs ; que ce soit en magasin ou en ligne. Cette présence en ligne complète l'offre proposée aux consommateurs, dont les attentes en termes d'expérience digitale et de relation avec les marques du Groupe ont évolué. Permettant un développement global des ventes, les ventes en ligne ne cessent de progresser pour atteindre 40 % du chiffre d'affaires en 2022, notamment grâce à une stratégie *Direct-to-Consumer* (DtOC) qui change d'échelle. Pour le Groupe SEB, on la retrouve sur trois canaux principaux : les sites marchands des marques, les marketplaces et les réseaux sociaux, avec notamment le live shopping.

UN SITE, UNE MARQUE... OU PRESQUE !

Si les sites de marques offraient déjà aux consommateurs une expérience immersive, c'est aujourd'hui la promesse d'un parcours d'achat unique. Ce canal de distribution a fortement été déployé par le Groupe SEB depuis trois ans, principalement en Europe et outre-Atlantique, et observe une croissance de 35 %. Le Groupe réalise des investissements conséquents pour développer la vente sur ses sites de marques : 18 nouveaux sites « marque.com » sont créés en 2022.

Pour aller encore plus loin, le Groupe SEB enrichit son modèle avec l'installation de « corners de marque » sur certains sites. L'offre d'un site peut ainsi être complétée par des produits d'une autre marque du Groupe, ceci afin d'améliorer l'expérience client tout en faisant découvrir les univers de marque et enrichir la proposition de valeur. La France a ouvert le bal avec la marque Seb que l'on peut découvrir sur tefal.fr et Calor sur rowenta.fr, et plusieurs autres implantations sont à venir en 2023.



LES MARKETPLACES, UN TREMLIN DE LA VENTE DIRECTE

Distribuer plusieurs catégories de produits provenant de divers vendeurs et marques, à travers une plateforme de commerce en ligne, voilà l'activité des marketplaces. Le Groupe SEB collabore avec différentes plateformes selon les régions du monde et y vend l'ensemble de ses marques : eBay ou Rakuten en Europe, Tmall en Chine et Shopee & Lazada en Asie du Sud-Est, ou encore MercadoLibre en Amérique du Sud.

Pour développer ses ventes, le Groupe SEB mise sur une expérience client enrichie notamment grâce au contenu. Cela permet au consommateur de comprendre ce qu'il achète et de visualiser les bénéfices liés à l'aide de photographies, vidéos démo, descriptions détaillées sur tous ces points de vente digitaux...

Cette présence en ligne sur différents canaux a fortement participé à la croissance du chiffre d'affaires ces deux dernières années.



MISER SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

Format plutôt asiatique à ses débuts, la vente sur les réseaux sociaux, ou « commerce social », est en pleine ascension à l'échelle mondiale. En Chine, le Groupe SEB surfe sur la vague Douyin, la version chinoise de TikTok, qui représente 15 % du e-commerce chinois en 2022. Les produits Supor y sont mis en avant grâce aux influenceurs.

Le Groupe SEB est allé jusqu'à repenser le modèle en internalisant le live shopping, à travers la construction d'une « content factory », et en collaborant principalement avec de nombreux micro-influenceurs. Résultat ? Supor est devenue la première marque de Petit Électroménager et d'ustensiles de cuisine de la plateforme !

L'EXCELLENCE COMMERCIALE AU CŒUR DE LA STRATÉGIE DU GROUPE

Le bon produit, avec le bon contenu, au bon prix, disponible à la vente, mis en avant au bon moment par le bon canal publicitaire, c'est tout l'enjeu de la collaboration transversale des équipes du Groupe SEB face aux enjeux du e-commerce. Cette cohérence pose les fondements de l'excellence commerciale du Groupe.

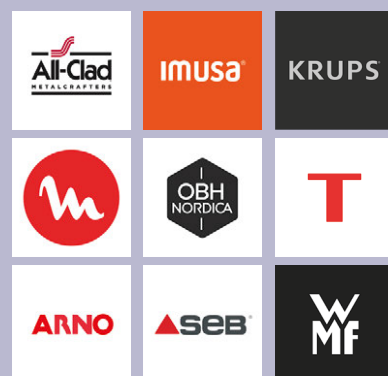
Le Groupe SEB se mobilise à grande échelle pour continuer à croître sur les différents canaux de distribution : les grandes plate-

formes de e-commerce, les sites de e-commerce des grandes enseignes de distribution et ses propres sites de marques. Derrière les équipes ventes et marketing visant à développer les résultats du Groupe en ligne, on trouve par exemple les équipes finances qui apportent de la flexibilité sur les moyens de paiements selon les usages locaux (*cash on delivery*), les équipes du service consommateurs qui accompagnent les ventes, les équipes informatiques pour réduire le temps de chargement des pages...

UNE EXPÉRIENCE CLIENT QUI SE POURSUIT AVEC LES APPLICATIONS MOBILES

Avec Seb, Tefal, Moulinex, Rowenta, Krups, Arno, OBH Nordica, et en 2022 WMF et All-Clad, les applications de marques se réinventent pour passer d'une app par produit à une app par marque. Cela représente le passage de 67 applications de produits localisées à 38 applications de marques dans 30 marchés.

Les applications changent mais les services restent ! Quelques mois après leur lancement, plus de 80 % des utilisateurs ont migré et les applications obtiennent un score supérieur à 4/5.

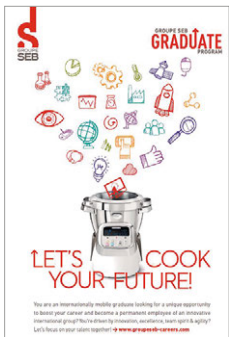


DÉVELOPPER LE TALENT DE TOUS LES COLLABORATEURS

L'humain est le moteur de l'organisation du Groupe SEB, la gestion des compétences et des métiers est donc un enjeu de taille. En évoluant dans le secteur industriel, en perpétuel mouvement et transformation, le Groupe SEB se doit d'adapter son organisation pour satisfaire ses clients. La fonction Ressources Humaines prend alors toute sa dimension en éclairant sur les tendances sociologiques de demain pour accompagner le business et préparer le changement au travers des recrutements et du développement des compétences.

GESTION DES COMPÉTENCES, DE L'EMPLOI À L'EMPLOYABILITÉ

En France, le Groupe SEB est signataire d'un accord portant sur la Gestion Prévisionnelle des Emplois et des Compétences (GPEC), qui vise à anticiper les évolutions des métiers de l'industrie et à aligner développement des compétences et stratégie globale du Groupe.



Au cœur de cette démarche, se trouvent notamment les jeunes diplômés, avec lesquels le Groupe crée de nombreux points de contact (stage, alternance, etc.) qui peuvent mener à des parcours plus longs et adaptés au

profil de la recrue, pour la former aux besoins futurs du Groupe. C'est ainsi que des *Graduate Program*, ou encore des contrats de Volontariat International en Entreprise (VIE) pour des missions à l'étranger sont également proposés.

L'employabilité des collaborateurs se développe à tous les niveaux de l'entreprise et plus particulièrement sur les premiers niveaux de qualification avec la mise en place d'un programme de certification des compétences informatiques (B2i adultes) ou la mise en œuvre de validation des acquis de l'expérience (VAE) collective.

LA VOLONTÉ DE COCONSTRUIRE UNE DÉMARCHE GLOBALE

En matière de gestion des compétences, le Groupe SEB ne se limite pas aux réglementations internationales. Il doit définir les choix stratégiques qui serviront la performance globale de l'entreprise et le

Reconnu comme un pionnier de la gestion des compétences, le Groupe SEB a été sollicité par l'ESCP Business School, prestigieuse école de commerce française à rayonnement international, pour contribuer à la rédaction d'un livre blanc pour y partager quelques-unes de ses bonnes pratiques.

PARCOUREZ LE LIVRE BLANC DE L'ESCP BUSINESS SCHOOL
(disponible en français uniquement)

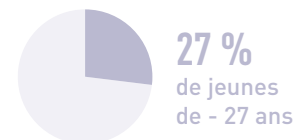
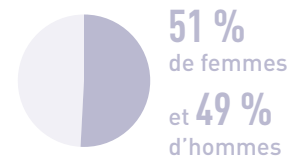
bien-être des salariés, et ainsi anticiper les besoins en effectifs et compétences. Cela est possible par la mise en place d'une démarche de Planification Stratégique des Ressources Humaines.

Cette méthodologie permet d'identifier et mesurer les métiers en tension (difficulté de recrutement, comme la compétence « automatisme » sur les postes de maintenance), émergents et en transformation (amenés à disparaître ou évoluer, comme la mise en place du programme de performance industrielle OPS). Le Groupe peut ensuite s'appuyer sur des parcours de formation et des parcours de carrière pour accompagner ces évolutions.

LA FORMATION, PILIER DU DÉVELOPPEMENT DES COMPÉTENCES

La Direction *Learning & Development* (L&D) pilote l'offre et les parcours de formation du Groupe, en ligne avec les enjeux des métiers, la stratégie de l'entreprise et les objectifs de développement des salariés. En créant une culture d'apprentissage, le Groupe SEB s'adresse à tous ses collaborateurs, partout dans le monde, pour développer les compétences de chacun et les harmoniser.

LE RECRUTEMENT EN 2022, EN FRANCE





• FACILITER L'APPRENTISSAGE EN CONTINU

Une offre de cours en ligne ouverte à tous

Plusieurs plateformes d'apprentissage continu sont ouvertes à tous les collaborateurs connectés du Groupe SEB, soit environ 11 000 personnes, leur permettant d'élargir leurs connaissances et de développer leurs compétences de façon flexible et en toute autonomie. Ces espaces *Learning & Development* proposent plusieurs centaines de cours, dans différents formats, et abordent des sujets transversaux ou dédiés à une filière.

9 000 collaborateurs connectés et basés dans des pays non anglophones en ont par exemple bénéficié pour perfectionner leur anglais, à l'écrit comme à l'oral, grâce à la solution *Education First*.

Développement des compétences métier

En 2022, plusieurs actions de formation orientées métiers ont vu le jour :

- Lancement de la plateforme digitale *Circus Street* : pour développer les compétences en e-commerce et digital, en lien avec les objectifs du Groupe SEB. Depuis septembre 2022, un premier programme d'un an a démarré pour une partie des équipes travaillant dans les filières e-commerce et *Direct-to-Consumer*.
- Académie des métiers : proposition de programmes pour renforcer les compétences clés de l'organisation comme la filière Achats, dont les programmes de négociation ou de coopération sont dispensés sur l'ensemble des continents, ou encore la Supply Chain, pour renforcer la connaissance et la maîtrise des indicateurs au service du client.

Par ailleurs, le Groupe SEB a à cœur d'accompagner la transformation des sites industriels et des organisations en formant les directions des sites à la conduite du changement pour mieux répondre aux enjeux locaux. Une communauté de formateurs internes s'attache également à transmettre leur savoir aux salariés sur des thématiques variées : cybersécurité, produits connectés, logistique, etc.

• DEVENIR MANAGER

Les Ateliers du management

Les Ateliers du management sont des moments de partage pour accompagner les nouveaux managers dans leur développement, et sont accessibles à distance en cinq langues. En 2022, 1 000 managers ont suivi ces ateliers avec des thèmes tels que la cohésion d'équipe, le feedback ou encore manager par la confiance. Pour la première fois, des sessions ont été organisées en mandarin sur deux sujets. Des ateliers de développement personnel ont également ciblé les managers n'encadrant pas d'équipe.

Le Book Manager



En octobre, le *Book Manager* a été lancé à destination des managers d'équipe. Ce guide pratique et synthétique rassemble tous les éléments clés pour mener à bien leurs missions. L'objectif ? Les accompagner dans leur rôle

au quotidien et faire évoluer les pratiques managériales du Groupe et ainsi viser la réussite collective.

UN LEARNING HUB AU SEIN DU SIÈGE MONDIAL DU GROUPE SEB

Sur le campus d'Écully, un nouveau bâtiment abrite le *Learning Hub* : un centre dédié à la formation. Ici tout est minutieusement étudié pour créer un environnement favorable à l'apprentissage : du mobilier entièrement modulable, aux décors inspirants, sans oublier un matériel multimédia de pointe pour communiquer avec l'ensemble du Groupe, mais aussi pour manipuler des supports digitaux dans le cadre des formations.

Silence... on se forme !

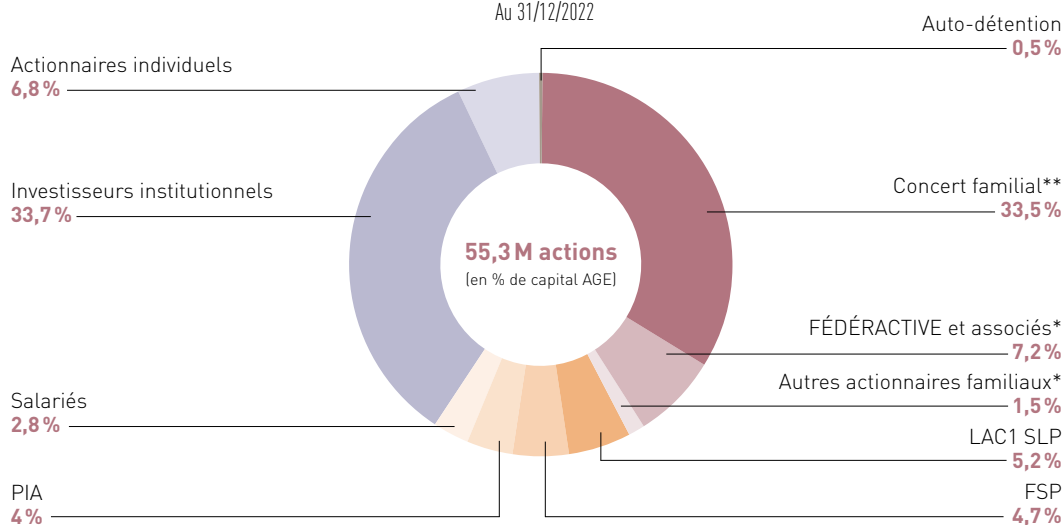


PERFORMANCE

RÉPARTITION DU CAPITAL ET DES DROITS DE VOTE

RÉPARTITION DU CAPITAL

Au 31/12/2022



■ Actionnaires issus du Groupe Fondateur

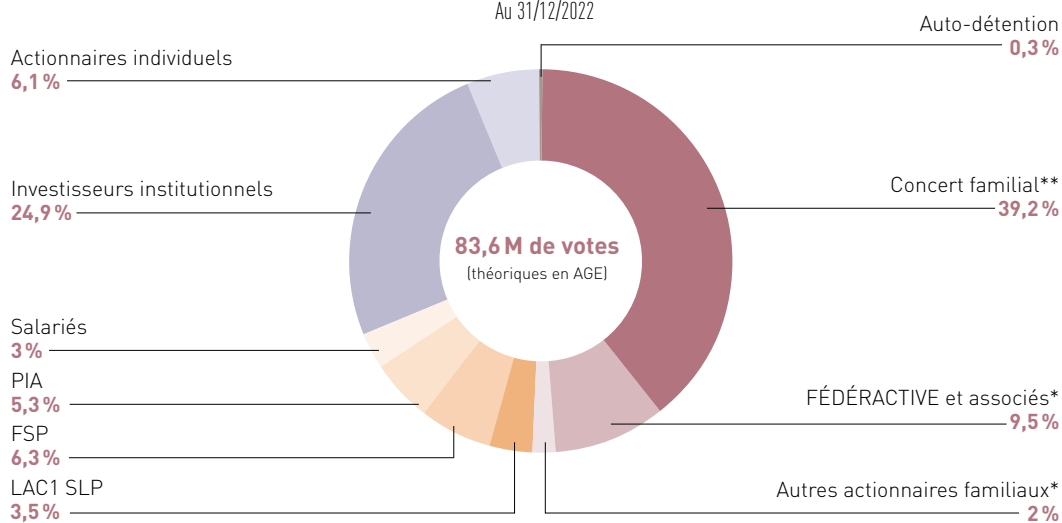
■ Flottant = 40,5 % du capital

* Actionnaires issus du Groupe Fondateur

** Actionnaires issus du Groupe Fondateur poursuivant l'action de concert initiale (Pacte du 27/02/2019) incluant VENELLE INVESTISSEMENT, GÉNÉRACTION, HRC et d'autres actionnaires familiaux.

RÉPARTITION DES DROITS DE VOTE

Au 31/12/2022



■ Actionnaires issus du Groupe Fondateur

■ Flottant = 31 % des droits de vote

* Actionnaires issus du Groupe Fondateur

** Actionnaires issus du Groupe Fondateur poursuivant l'action de concert initiale (Pacte du 27/02/2019) incluant VENELLE INVESTISSEMENT, GÉNÉRACTION, HRC et d'autres actionnaires familiaux.

BPIFRANCE REJOINT LE CAPITAL DU GROUPE SEB

En 2022, le fonds Lac1, géré par Bpifrance pour le compte d'investisseurs français et internationaux, entre au capital du Groupe SEB. Ce fonds d'investissement souhaite s'impliquer sur le long terme aux côtés du Groupe SEB dont il salue la proactivité et le fort potentiel sur les sujets environnementaux et sociétaux. C'est Anne Guérin, Directrice exécutive de Bpifrance en charge du financement et du réseau, qui a été nommée représentante permanente de Bpifrance pour siéger au Conseil.

« Ce groupe familial et historique français a su démontrer toute la résilience de son modèle en affichant une croissance solide depuis de nombreuses années. Le Groupe fait par ailleurs figure de pionnier dans son secteur en matière d'économie circulaire, en mettant l'accent sur la réparabilité et la recyclabilité de ses produits. »

Nicolas Dufourcq, Directeur général de Bpifrance

PERFORMANCE FINANCIÈRE

En 2022, les ventes du Groupe SEB ont été résilientes dans une conjoncture générale difficile et après une année 2021 record. Dans ce contexte, le Groupe a une nouvelle fois su faire preuve de réactivité et a mis en œuvre rapidement des plans d'action efficaces pour s'adapter à l'évolution des marchés et protéger sa rentabilité. Les données sociales, environnementales et sociétales témoignent également de l'engagement responsable du Groupe, qui se renforce au fil des années.

CHIFFRE D'AFFAIRES

7 960 M€

-1,2 % • - 4,7 % à TCPC*

ROPA

620 M€

- 24 %

RÉSULTAT NET

316 M€

- 30 %

DETTE NETTE

1 973 M€

Cash-flow libre : -20 M€

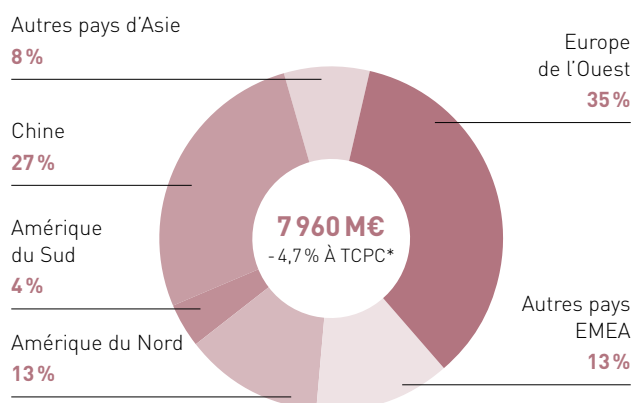
DETTE NETTE/ EBITDA AJUSTÉ

2,3

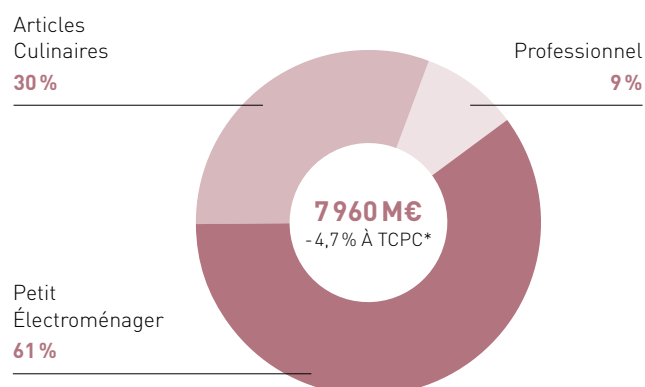
1,5 au 31/12/2022

RÉPARTITION DES VENTES DANS LE MONDE

PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE

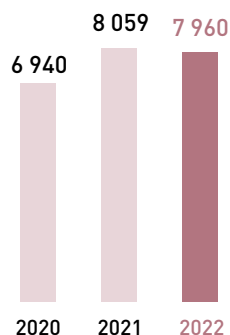


PAR ACTIVITÉ

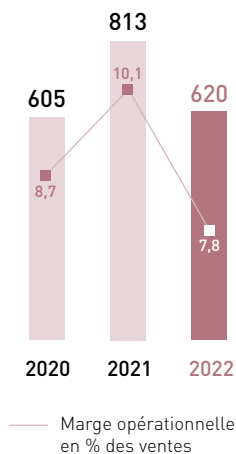


* Taux de change et périmètre constants

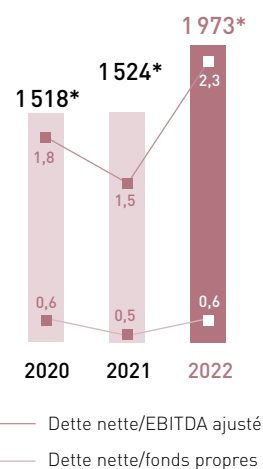
VENTES (en M€)



RÉSULTAT OPÉRATIONNEL D'ACTIVITÉ ET MARGE OPÉRATIONNELLE (en M€)

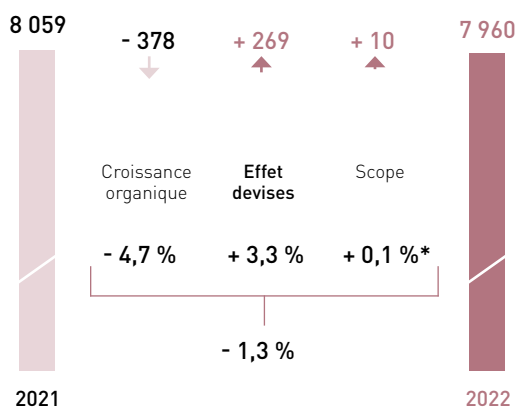


DETTE FINANCIÈRE NETTE ET RATIOS D'ENDETTEMENT (en M€)



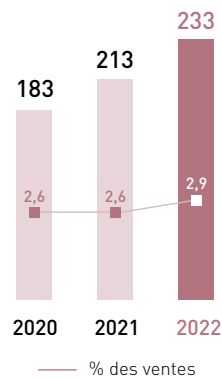
* Dont respectivement 339 M€, 335 M€ et 371 M€ d'IFRS 16 en 2020, 2021 et 2022

ÉVOLUTION DES VENTES 2021/2022 (en M€)



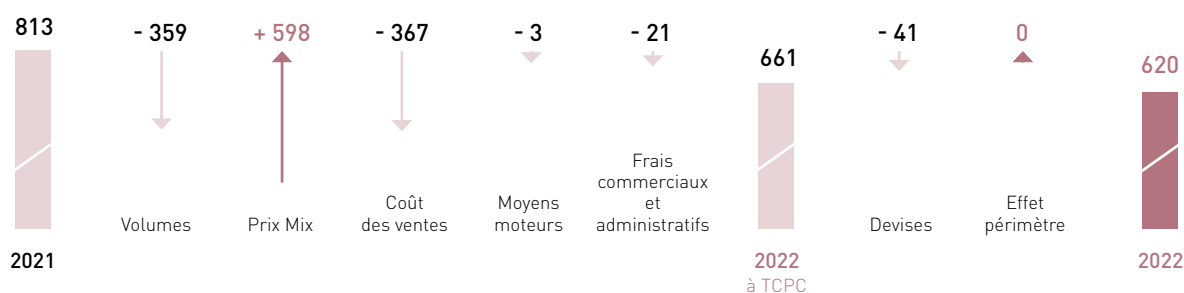
* Y compris la consolidation de Zummo Q4 2022

INVESTISSEMENTS (en M€)



* Flux de décaissements pour les investissements corporels et incorporels

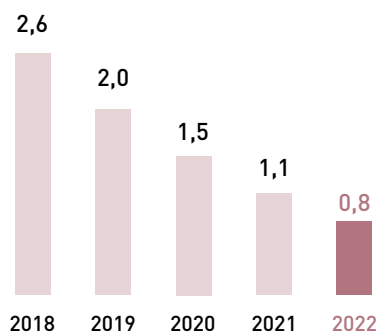
ÉVOLUTION DU RÉSULTAT OPÉRATIONNEL D'ACTIVITÉ (ROPA) (en M€)



PERFORMANCE SOCIALE

ÉVOLUTION DU LTIR

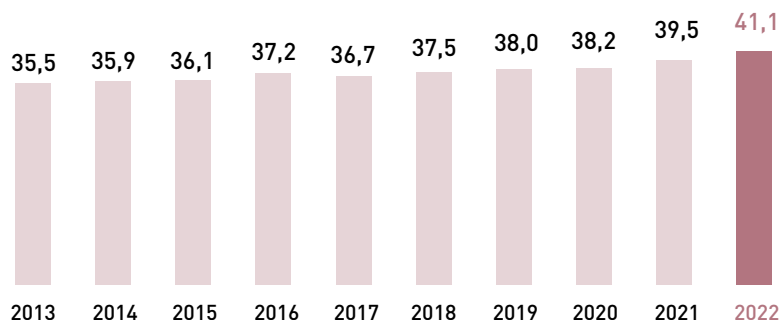
(Lost time injury rate*)



* Taux d'accidents avec arrêt de travail, total Groupe

ÉVOLUTION DU NOMBRE DE FEMMES MANAGERS

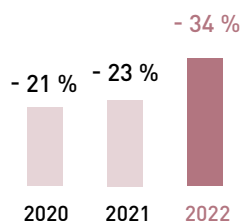
(en % des managers du Groupe)



PERFORMANCE ENVIRONNEMENTALE ET ENGAGEMENT SOCIÉTAL

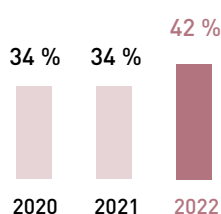
ÉCO-PRODUCTION

(Évolution des émissions de GES* liées aux usines, par produit fabriqué (scopes 1 et 2), réf. 2016)



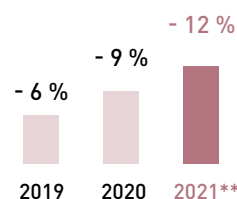
MATÉRIAUX RECYCLÉS

(Pourcentage de matériaux recyclés dans les produits et packagings fabriqués par le Groupe)



ÉCO-CONCEPTION

(Évolution des émissions de GES* liées à l'utilisation des produits, par produit vendu, réf. 2016)



* Gaz à effet de serre

** Données 2022 non disponibles à la parution

+ DE 90%

de produits de Petit Électroménager estampillés

« produits réparables 15 ans »*

* Tefal, Rowenta, Moulinex, Krups et WMF en Europe, Asie, Moyen-Orient et Afrique, ainsi que sur les produits Seb et Calor en France et Belgique.

Le Groupe SEB a maintenu son classement « A- » de l'agence CDP (Carbon Disclosure Project) pour la troisième année consécutive dans la catégorie « climat » pour ses actions visant à réduire ses émissions, à atténuer les risques climatiques et à développer une économie à faibles émissions de carbone.

En 2022, l'agence de notation extra-financière Vigeo-Eiris a placé de nouveau le Groupe SEB à la première place de son secteur avec une augmentation de

1 point par rapport au score de 2020. Le Groupe se distingue particulièrement sur les thèmes de l'environnement (+ 30 pts vs la moyenne du secteur) et du social (+ 36 pts vs la moyenne du secteur).

L'engagement du Groupe pour l'égalité professionnelle entre femmes et hommes a été reconnu par le magazine *FORBES*, dans le cadre d'une enquête sur la mixité en entreprise réalisée dans 36 pays, qui a classé le Groupe SEB parmi les *World's Top Female Friendly Companies 2022*.

3,9 M€

consacrés au mécénat en 2022.

PANORAMA

DES PARTIES PRENANTES

Collaborateurs, fournisseurs, pouvoirs publics, communautés locales et actionnaires, dans le monde entier, bénéficient des retombées économiques et financières de la performance du Groupe SEB.

Le partage de la valeur créée est fait selon des choix stratégiques qui permettent au Groupe de nourrir ses objectifs et de préparer l'avenir de manière responsable.

PRINCIPAUX FLUX DE TRÉSORERIE ENTRE LE GROUPE ET SES DIFFÉRENTES PARTIE PRENANTE

CLIENTS

7 960 M€

- EMEA : 45 %*
- Asie : 35 %*
- Amériques : 17 %*

Les produits sourcés représentent 40 % des ventes.
* Hors Storebound*

GROUPE SEB

Sommes conservées

473,3 M€

Refinancement des investissements : 274,5 M€

Variations de provisions liées aux risques de l'activité : 34,3 M€

Mises en réserves propres : 164,6 M€

RÉPARTITION PAR PARTIES PRENANTES

FOURNISSEURS

5 676,6 M€

Incluant un panel de 500 fournisseurs représentant 66 % des achats de production.

COLLABORATEURS

1 360 M€

Versés à près de 31 000 collaborateurs, 80 % salaires bruts, 20 % charges sociales.

14,7 M€ de participation et d'intéressement à verser en 2022.

ACTIONNAIRES

203,7 M€

Versés en 2022 au titre de l'exercice 2021.

DONS

3,9 M€

Dons faits aux associations et ONG via le Fonds Groupe SEB et/ou les filiales internationales dans le cadre de la politique mécénat du Groupe.

ÉTAT ET COLLECTIVITÉS LOCALES

165,5 M€

Impôt sur les sociétés : 98 M€

Impôts locaux : 67,5 M€

BANQUES ET INVESTISSEURS OBLIGATAIRES

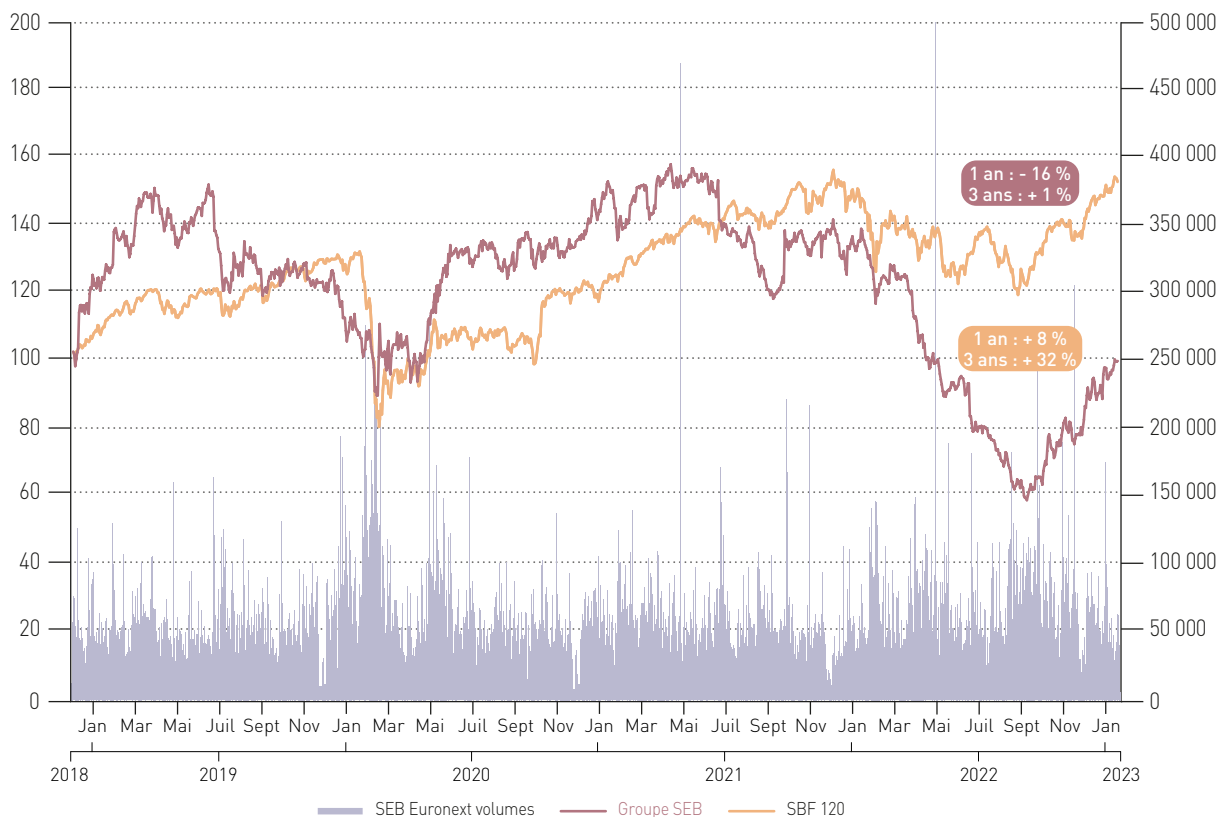
80,7 M€

Charges financières liées aux dettes financières et bancaires.

PERFORMANCE

BOURSIÈRE

ÉVOLUTION DU COURS DE L'ACTION DEPUIS LE 31/12/2018

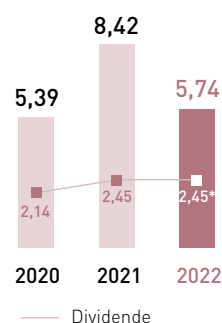


FICHE SIGNALÉTIQUE

Place de cotation Euronext Paris, Compartiment A
Code ISIN FR0000121709
Code LEI 969500WP61NBK098AC47
Date d'introduction 27 mai 1975
Nombre d'actions 55 337 770 actions de 1 € de nominal
Indices boursiers CAC® Mid 60, SBF® 120, CAC® Mid & Small, CAC® All-Tradable, STOXX® Europe 600, Vigeo Europe 120, MSCI Global - FTSE4Good Euronext CDP Environment France Euronext Family Business
Autres informations Éligible au SRD
Tickers Reuters : SEBF – PA Bloomberg : SK.FP

RÉSULTAT NET PAR ACTION ET DIVIDENDE

(en €)



* proposé à l'Assemblée Générale du 17 mai 2023

Données historiques retraitées

PERFORMANCE 2022

Au 31/12/2022

Cours de clôture (en €) : 78,25
Capitalisation boursière (en M€) : 4 330
+ haut (en séance, en €) : 142,00
+ bas (en séance, en €) : 55,20
Moyenne de l'année (cours de clôture, en €) : 96,43
Moyenne des 30 derniers cours de clôture de l'année (en €) : 77,90
Moyenne journalière des transactions (en actions) : 77 708

Service Actionnaires

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

Service Titres SEB - BP2S - Corporate Trust Services

+33 (0)1 57 43 90 00 - formulaire de contact disponible sur le site planetshares.bnpparibas.com/login

Direction de la Communication Groupe SEB

Conception, Création éditoriale et graphique, rédaction et réalisation : **TERRE DE SIENNE**

Ce rapport d'activité est imprimé sur des papiers issus de forêts gérées durablement.

Crédits photos : Florian Aeby, Gilles Aymard, Jean-François Deroubaix, Groupe SEB, ITEN, L'Atelier du Photographe by Julien, Maison Ronald McDonald de Limoges, Pierre Meyer AE Médias, Héroïse Morel, PBL, Erick Sallet, Tekoa Photos, iStock.



Groupe SEB
Campus SEB
112, chemin du Moulin Carron
69130 Écully – France
Tél. : +33 (0)4 72 18 18 18



www.groupeseb.com