

VENTES PROVISOIRES DU 1^{ER} SEMESTRE 2006

Tendance favorable maintenue Persistance des enjeux de compétitivité

Normes IFRS

En millions d'euros	1 ^{er} semestre 2005	1 ^{er} semestre 2006	Variation 2006 / 2005 en %	
			Parités courantes	Parités constantes
France	238,2	237,9	-0,1	-0,1
Autres pays UE	278,8	293,9	+5,4	+5,4
Amérique du Nord	135,6	161,3	+19,0	+11,0
Amérique du Sud	74,6	110,1	+47,5	+31,8
Autres pays	276,4	318,7	+15,3	+15,3
TOTAL	1 003,6	1 121,9	+11,8	+9,5

Chiffres arrondis

% calculés sur chiffres exacts

Le Groupe SEB a réalisé au 1^{er} semestre 2006 des ventes en croissance robuste, qui se comparent certes à un début d'année 2005 difficile, mais qui confirment également une inflexion favorable de l'activité. Lagostina et Panex, consolidés sur l'ensemble du semestre (rappel : 2 mois pour Lagostina et 1 mois pour Panex au 1^{er} semestre 2005), apportent, par rapport à 2005, un chiffre d'affaires additionnel de 38 M€. Par ailleurs, l'effet de change reste positif de 23 M€, malgré l'inversion de tendance sur la livre turque au 2^e trimestre. A périmètre comparable (ie avec Lagostina consolidé sur mai-juin et Panex sur juin) et changes constants, la croissance organique du Groupe s'établit à 5,7%.

Cette performance, en ligne avec celle du 1^{er} trimestre, s'explique par la poursuite du développement international du Groupe et par l'excellente performance d'All-Clad aux Etats-Unis. A contrario, l'activité en Europe, à structure comparable, se ralentissait au 2^e trimestre pour afficher une stabilité à la fin du semestre, dans un contexte concurrentiel toujours âpre et déflationniste.

Communication Corporate Groupe

En France, le 2^e trimestre a été marqué par un retour à une situation de nouveau plus tendue et le Groupe SEB n'a pas gardé l'avance prise en début d'année. Avec des parts de marché, des prix – et donc des marges – sous forte pression, l'activité a baissé, ce qui s'est traduit, à structure constante, par un léger repli à fin juin. Elle est en outre restée contrastée selon les catégories de produits : difficile dans les familles les plus concurrencées (cafetières filtre, bouilloires, grille-pain...), elle a progressé en articles culinaires, expresso, générateurs de vapeur et soin de la personne (coiffure, épilation...).

Dans les autres pays de l'Union Européenne, si la croissance des ventes est tirée par la contribution de Lagostina, l'activité est demeurée forte en Espagne, en Autriche, en Grèce et aux Pays-Bas, qui terminent tous le semestre en hausse. Parallèlement, elle se stabilise en Italie et au Portugal. Malgré un bon 2^e trimestre, l'Allemagne, pénalisée par la non-réccurrence des offres commerciales de début d'année 2005, affiche un repli. C'est aussi le cas du Royaume-Uni, où le fléchissement observé au 1^{er} trimestre s'est fortement accentué, dans un contexte de marché qui devient difficile.

En Amérique du Nord, la performance du Groupe s'est améliorée au 2^e trimestre. Aux Etats-Unis, Rowenta conforte ses positions en fers haut de gamme, T-Fal équilibre son activité malgré un recul en produits électriques, Krups atténue sensiblement le retard pris en début d'année et All-Clad renforce sa dynamique, avec une mention particulière pour la marque Emeril, vigoureusement réactivée. Parallèlement, le Groupe a poursuivi ses avancées au Mexique et a confirmé son redressement au Canada.

En Amérique du Sud, malgré quelques ralentissements ponctuels sur certains marchés, l'activité du Groupe a continué à progresser. Au Brésil, dans un contexte d'appréciation du real qui, malgré les droits de douane, favorise les importations, Arno a consolidé ses parts de marché et a maintenu un taux de croissance satisfaisant, tandis que Panex réorganise ses forces sur le terrain. En Argentine et au Chili, l'activité se modère mais elle reste très vigoureuse en Colombie et au Venezuela.

Dans les autres pays du monde, le Groupe SEB poursuit son développement sur tous les fronts et sa performance solide est assez linéaire sur l'ensemble du semestre. A l'exception de la Corée, qui marque le pas, la progression est quasi-générale dans tous les pays. Après un 1^{er} trimestre en demi-teinte, le Groupe enregistre une reprise de ses ventes en Europe Centrale ; il conforte une nouvelle fois son essor rapide au Japon, confirme sa dynamique en CEI et en Australie, et maintient une activité soutenue en Turquie dans un contexte concurrentiel avivé. Enfin, il réalise de nouvelles avancées en Chine et dans ses nouveaux marchés asiatiques.

Prochaine diffusion : Communiqué des résultats du 1^{er} semestre le 5 septembre