



ARNO. CALOR. KRUPS. MOULINEX. ROWENTA. SEB. TEFAL

COMMUNIQUE DE PRESSE
12/10/2006

VENTES PROVISOIRES DES 9 PREMIERS MOIS 2006

En ligne avec les attentes

Normes IFRS

En millions d'euros	9 mois 2005	9 mois 2006	Variation 2006 / 2005 en %	
			Parités courantes	Parités constantes
France	365,4	367,0	+ 0,5 %	+ 0,5 %
Autres pays UE	435,2	445,2	+ 2,3 %	+ 2,3 %
Amérique du Nord	232,7	259,7	+ 11,6 %	+ 9,0 %
Amérique du Sud	131,5	169,7	+ 29,1 %	+ 20,7 %
Autres pays	431,2	487,6	+ 13,1 %	+ 14,1 %
TOTAL	1 596,0	1 729,2	+ 8,4 %	+ 7,5 %

Chiffres arrondis

% calculés sur chiffres exacts

Avec une croissance de 8,4 % à parités courantes et de 7,5 % à parités constantes, les ventes des 9 premiers mois du Groupe SEB reflètent une activité toujours solide. Le chiffre d'affaires de 1 729,2 M€ comprend la contribution additionnelle des acquisitions 2005, à savoir de Lagostina et de Panex (respectivement 4 et 5 mois supplémentaires par rapport à 2005), ainsi que l'intégration en 2006 de Mirro WearEver sur 1 mois et demi. Au total, cette contribution représente 44 M€. Parallèlement, l'effet devises, positif de 23 M€ à la fin du 1^{er} semestre, s'atténue fortement à +13 M€, le 3^e trimestre accentuant l'inflexion défavorable observée au 2^e trimestre. A périmètre et à taux de change constants, la croissance organique sur les 9 premiers mois s'établit à + 4,8%.

Cette performance, proche de celle du 1^{er} semestre, traduit un léger ralentissement, attendu et annoncé, de la croissance sur le 3^e trimestre, pour lequel la base de comparaison 2005 était plus exigeante. L'activité reste cependant bien orientée sur les 3 derniers mois, avec une progression organique de 3% grâce notamment à un redressement en France, à une bonne tenue en Amérique du Sud et à la confirmation de la forte dynamique à l'international. Elle demeure en revanche difficile et hétérogène au sein de l'Union Européenne à 15 et se ralentit quelque peu en Amérique du Nord.

Communication Corporate Groupe

Chemin du Petit Bois – BP 172 – 69134 Ecully cedex France – Tél. 04.72.18.16.40 – Fax 04.72.18.15.99
Internet : <http://www.groupeseb.com> – comfin@groupeseb.com

En France, le Groupe affiche une légère progression de ses ventes à fin septembre. Après un 2^e trimestre morose, le Groupe a en effet pu redresser la situation pendant les mois d'été, dans un contexte de marché plus porteur et mieux orienté. L'activité est cependant restée hétérogène selon les familles de produits ; très tonique dans les articles culinaires, elle est contrastée en petit électroménager : tendue en repassage et en aspirateurs, difficile en préparateurs culinaires, mais en croissance toujours forte en cafetières expresso, en blenders et en soin de la personne, et en nette reprise en friteuses.

Dans les autres pays de l'Union Européenne à 15, comme au 1^{er} semestre, la progression affichée des ventes est liée à la contribution de Lagostina. A périmètre constant, le chiffre d'affaires marque un léger tassement, reflet d'une situation toujours délicate et disparate selon les pays. Après un 2^e trimestre positif, l'activité a reculé au 3^e trimestre en Allemagne, en Autriche et aux Pays-Bas, où l'effet de la machine à bière Beertender s'essouffle après la Coupe du Monde de football. En revanche, le Groupe a progressé dans les pays du Sud de l'Europe et notamment en Espagne, au Portugal et en Grèce.

En Amérique du Nord, les ventes consolidées intègrent depuis le 16 août celles de la société nouvellement acquise Mirro WearEver, qui contribue pour 7 M€ au chiffre d'affaires du 3^e trimestre. A périmètre et changes constants, la progression du Groupe aux Etats-Unis reste solide, quoique en retrait par rapport au 1^{er} semestre. Ce ralentissement provient essentiellement d'All-Clad, dont la croissance a été moins rapide qu'au cours des 6 premiers mois; a contrario, les performances de Rowenta s'améliorent grâce au succès des nouveaux fers, T-Fal confirme la stabilisation de ses ventes et Krups continue à rattraper son retard. Au Mexique, le Groupe a pu assurer une bonne tenue de son activité tandis qu'au Canada, il subissait un retournement brutal de situation qui effaçait totalement le redressement enregistré au 2^e trimestre.

En Amérique du Sud, les performances du Groupe restent satisfaisantes. Au Brésil, Arno a su adapter sa politique commerciale à la nouvelle donne monétaire et maintenir ses parts de marché, enregistrant notamment de bons succès en machines à laver semi-automatiques, en ventilateurs, en blenders et en cafetières. Panex, pour sa part, voit ses ventes dynamisées par le lancement réussi de ses nouvelles gammes. En Argentine et au Chili, l'activité connaît une certaine pression alors qu'elle demeure en croissance sensible en Colombie et en progression solide au Venezuela.

Dans les autres pays, le Groupe SEB poursuit son développement rapide, à des niveaux très voisins de ceux du 1^{er} semestre malgré la confirmation d'un ralentissement en Corée (mutations dans la distribution, contexte concurrentiel durci). L'essor couvre pratiquement tous les autres marchés du Groupe : accélération marquée en CEI / Ukraine, forte dynamique en Europe Centrale, maintien d'une activité robuste en Australie et en Turquie, malgré la dépréciation lourde de la livre turque. Au Japon, où le succès de la bouilloire ne se dément pas, la croissance des ventes est tempérée au 3^e trimestre par l'effet induit de l'affaiblissement du yen. En Chine, le Groupe confirme sa forte progression, nous confortant dans nos projets sur ce marché à formidable potentiel de croissance.