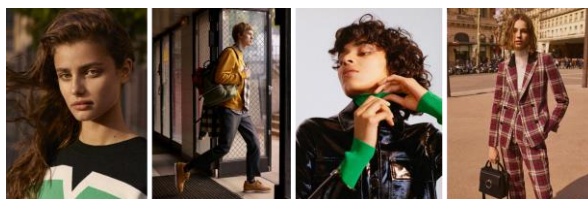


SMCP

sandro maje claudie pierlot



Troisième trimestre 2018

Communiqué de presse – Paris, le 30 octobre 2018

Poursuite d'un bon momentum: chiffre d'affaires en hausse de +14,0%¹

- Chiffre d'affaires du T3 en hausse de +14,0% à taux de change constant, à 247,7 M€ (+13,8% en données publiées)
- Croissance robuste à l'international (+23,6% à taux de change constant), portée par l'APAC et la région Amériques
- Bonne performance en EMEA et forte résilience en France : un trimestre solide malgré une base de comparaison élevée et des conditions climatiques défavorables
- Poursuite des progrès réalisés sur l'ensemble des piliers stratégiques de croissance avec des performances dynamiques sur les accessoires, l'homme et le digital
- Plan d'ouvertures de magasins en bonne voie pour atteindre l'objectif 2018 : 58 ouvertures nettes de magasins opérées en propre sur les neuf premiers mois
- Confirmation des objectifs annuels 2018

Daniel Lalonde, Directeur Général du Groupe SMCP, a déclaré : «*Nous nous réjouissons de nos résultats du troisième trimestre. Le Groupe enregistre une croissance à deux chiffres sur l'ensemble des régions à l'international et continue d'étendre son réseau de magasins conformément à notre feuille de route, avec des ouvertures-clés dans des villes de premier plan ce trimestre. Cette performance a été réalisée malgré des bases de comparaison élevées et nous sommes particulièrement satisfaits de nos résultats en Europe et de la bonne résilience de l'activité en France dans un marché pourtant difficile, affecté par des conditions climatiques défavorables. Nos efforts portés sur la génération de croissance organique et le développement de notre présence sur nos marchés stratégiques nous ont permis de démontrer une fois de plus, la force du business model de SMCP, grâce notamment à l'excellent travail de nos équipes talentueuses et passionnées, qui œuvrent sans cesse au renforcement de la désirabilité de nos trois marques* ».

¹ À taux de change constant (tcc)

CHIFFRE D'AFFAIRES DU TROISIÈME TRIMESTRE 2018

<i>en M€ (excepté les %)</i>	T3 2017	T3 2018	Croissance des ventes à ttc	Croissance en données publiées	9 mois 2017	9 mois 2018	Croissance des ventes à ttc	Croissance en données publiées
Chiffre d'affaires par région								
France	89,7	89,6	-0,1%	-0,1%	276,6	276,6	+0,0%	+0,0%
EMEA ²	68,6	77,8	+13,5%	+13,4%	198,0	223,3	+13,9%	+12,7%
Americas	22,6	32,5	+41,8%	+43,5%	74,9	92,7	+32,6%	+23,9%
APAC ³	36,7	47,8	+31,0%	+30,2%	107,0	148,4	+43,8%	+38,6%
Chiffre d'affaires par marque								
Sandro	108,2	118,9	+10,0%	+9,9%	325,3	361,8	+13,5%	+11,2%
Maje	81,8	98,4	+20,6%	+20,3%	249,7	288,1	+17,8%	+15,4%
Claudie Pierlot	27,6	30,4	+10,1%	+10,1%	81,5	91,1	+12,4%	+11,8%
TOTAL	217,7	247,7	+14,0%	+13,8%	656,6	741,0	+15,0%	+12,9%

Au troisième trimestre 2018, le chiffre d'affaires consolidé a atteint 247,7 M€, en hausse de +14,0% à taux de change constant (tcc). En données publiées, la progression s'est établie à +13,8%, intégrant un effet de change quasiment neutre de -0,2 %. Cette bonne performance reflète une solide contribution de la croissance à magasins comparables, en ligne avec les attentes, et la poursuite du développement du réseau de magasins.

Au cours des douze derniers mois, SMCP totalise 118 ouvertures nettes, dont 88 opérés en propre, en ligne avec le calendrier programmé. Le troisième trimestre a vu 32 ouvertures nettes de points de vente, dont 21 dans la région APAC, 11 en EMEA et 5 dans la région Amériques. Dans le même temps, SMCP a poursuivi l'optimisation de son réseau en France, à travers des fermetures sélectives et des investissements qualitatifs.

De fortes dynamiques régionales

En France et en EMEA, SMCP a enregistré une croissance robuste malgré des bases de comparaison élevées et des conditions climatiques défavorables.

- **La France** a fait preuve d'une solide résilience dans un marché particulièrement difficile : le Groupe a enregistré une croissance de -0,1% à taux de change constant contre -6,5% pour le marché français au T3, selon l'indice IFM, engendrant ainsi des gains de part de marché significatifs.
- **En EMEA**, SMCP a réalisé une bonne performance (+13,5% à taux de change constant), portée notamment par une croissance à deux chiffres dans chacun des quatre marchés stratégiques (Royaume-Uni, Allemagne, Italie et Espagne).

Dans la région Amériques, le Groupe a enregistré une croissance exceptionnelle (+41,8% à taux de change constant), soutenue par des tendances sous-jacentes dynamiques et une base de comparaison faible.

En APAC, le Groupe a continué de bénéficier d'un solide momentum, avec une croissance de +31,0% à taux de change constant, en ligne avec les attentes. Cette performance a été alimentée à la fois par la croissance à magasins comparables et l'extension du réseau de magasins, confirmant ainsi la forte désirabilité des trois marques.

² La région EMEA regroupe les activités dans les pays européens à l'exception de la France (principalement le Royaume-Uni, l'Espagne, l'Allemagne, la Suisse, l'Italie et la Russie) ainsi qu'au Moyen-Orient (notamment les Émirats Arabes Unis).

³ La région APAC regroupe les activités en Asie-Pacifique (notamment la Chine continentale, Hong Kong, la Corée du Sud, Singapour, la Thaïlande et l'Australie).

Croissance à deux chiffres de l'ensemble des marques

Sandro a enregistré une croissance solide de +10,0% à taux de change constant, reflétant de solides progrès sur les accessoires et le digital ainsi que son développement continu à l'international où la marque a enregistré une forte performance. Sur les douze derniers mois, Sandro a totalisé 33 nouvelles ouvertures nettes de magasins en propre, dont le *Pacific Center* de Vancouver, la galerie *Venetian* à Macao et *Raffles City* à Singapour.

Maje a enregistré une excellente performance avec une progression de son chiffre d'affaires de +20,6% à taux de change constant. La marque a poursuivi son développement à l'international, avec 34 nouvelles ouvertures nettes de magasins en propre sur les douze derniers mois, dont des emplacements clés à Vérone (Italie) et dans le centre commercial APM de Pékin. La marque a, en outre, ouvert en septembre un magasin phare aux Etats-Unis dans un des lieux les plus emblématiques de New York, le *Rockefeller Center*.

Enfin, **Claudie Pierlot** a vu son chiffre d'affaires progresser de +10,1% à taux de change constant au troisième trimestre. Sur les 12 derniers mois, la marque a développé son empreinte à l'international en APAC, avec 22 nouvelles ouvertures nettes de magasins en propre, notamment à Pékin (*Joy City*), Canton (IGC) et Nankin (*Deji Plaza*).

CONFIRMATION DES OBJECTIFS 2018

SMCP va poursuivre le déploiement de sa stratégie à long terme, en activant tous ses leviers de croissance. Cette croissance s'appuie notamment sur la croissance à magasins comparables, en développant son activité sur son cœur de métier et en accélérant l'expansion des accessoires, de l'homme et du digital, ainsi que sur l'expansion de son réseau de magasins sur ses marchés stratégiques à l'international.

« Pure player du retail » s'appuyant sur un modèle d'exécution unique, qui allie les codes du luxe et du « fast fashion », SMCP est idéalement positionné pour saisir les opportunités de croissance et continuer à gagner des parts de marché.

Pour 2018, SMCP prévoit une nouvelle année de croissance profitable et vise une croissance des ventes supérieure à +13% à taux de change constant. Le Groupe table également sur une progression continue de sa marge d'EBITDA ajusté qui devrait atteindre environ 17%.

INDICATEURS FINANCIERS NON DEFINIS PAR LES NORMES IFRS

Le Groupe utilise des mesures financières et non financières-clés pour analyser les performances de son activité. Les principaux indicateurs de performance utilisés comprennent le nombre de points de vente, la croissance sur une base comparable (« like-for like »), l'EBITDA ajusté et la marge d'EBITDA ajusté.

Nombre de points de vente

Le nombre de points de vente du Groupe se compose du nombre total de points de vente ouverts à une date considérée, ce qui comprend (i) les points de vente exploités en propre (« directly operated stores ») qui incluent les succursales, les concessions dans les grands magasins, les magasins exploités par des affiliés, les outlets et les sites Internet, ainsi que (ii) les points de vente partenaires (« partnered retail »).

Croissance du chiffre d'affaires sur une base comparable (« like-for-like »)

La croissance sur une base comparable correspond aux ventes retail réalisées à travers les points de vente détenus en propre sur une base comparable au cours d'une période donnée, par rapport à la même période de l'exercice précédent, le chiffre étant exprimé en pourcentage de variation entre les deux périodes. Le nombre de points de vente sur une base comparable pour une période donnée comprend tous les points de vente du Groupe ouverts au début de la période précédente et exclut les points de vente fermés pendant la période donnée, y compris les

points de vente fermés pour rénovation pour une durée supérieure à un mois, ainsi que les points de vente ayant changé d'activité (par exemple des points de vente Sandro passant d'un statut Femme à Homme ou à Mixte).

Les croissances des ventes sur une base comparable sont présentées à taux de change constant (les ventes d'une année N et d'une année N-1 en devises sont converties au taux moyen N-1, tel que présenté dans les notes annexes aux comptes consolidés du Groupe au 31 décembre de l'année N considérée).

EBITDA ajusté et marge d'EBITDA ajusté

L'EBITDA ajusté est défini par le Groupe comme étant le résultat opérationnel courant avant dotations aux amortissements, provisions et charges liées au plan d'attribution d'actions gratuites (LTIP). En conséquence, l'EBITDA Ajusté correspond à l'EBITDA avant charges liées au LTIP.

L'EBITDA ajusté n'est pas une mesure comptable standard répondant à une définition unanimement admise. Il ne doit pas être considéré comme un substitut du résultat opérationnel, du bénéfice net, du flux de trésorerie provenant des activités opérationnelles, ni comme un indicateur de liquidité.

La marge d'EBITDA ajusté correspond à l'EBITDA ajusté divisé par le chiffre d'affaires.

MÉTHODOLOGIE

Sauf mention contraire, les montants sont exprimés en millions d'euros et arrondis au million le plus proche. De façon générale, les valeurs présentées dans ce communiqué de presse sont arrondies à l'unité la plus proche. Par conséquent, la somme des montants arrondis peut présenter des écarts non significatifs par rapport au total reporté. Par ailleurs, les ratios et écarts sont calculés à partir des montants sous-jacents et non à partir des montants arrondis.

AVERTISSEMENT: DECLARATIONS PROSPECTIVES

Ce document contient certaines informations qui constituent des déclarations prospectives. Ces déclarations prospectives sont fondées sur les anticipations et convictions actuelles de l'équipe dirigeante et sont soumises à un certain nombre de risques et incertitudes, en conséquence desquels les résultats réels pourraient différer sensiblement des résultats prévisionnels évoqués par les déclarations prospectives. Par conséquent, aucune garantie n'est donnée sur le fait que ces énoncés ou prévisions se réaliseront ou que les objectifs de résultats seront atteints. Ce document n'a pas fait l'objet d'une vérification indépendante. SMCP ne prend aucun engagement ni ne donne aucune garantie sur l'exactitude ou le caractère complet de l'information présentée dans ce document. En aucun cas, SMCP, l'un de ses affiliés ou l'un de ses représentants ne pourra être tenu responsable des conséquences éventuelles de l'usage qui sera faite de ce document ou de toute information y figurant. Pour obtenir plus d'informations sur ces risques et incertitudes, vous pouvez consulter les documents déposés par SMCP auprès de l'Autorité des marchés financiers en tant qu'information réglementée et disponibles sur le site de SMCP (www.smcp.com).

Une conférence téléphonique à destination des investisseurs et des analystes sera tenue par Daniel Lalonde, Directeur Général et Philippe Gautier, Directeur Financier et des Opérations à partir de 9h00 (heure de Paris).

Le support de présentation sera également disponible sur le site internet (www.smcp.com), à la section Finance.

À propos de SMCP

SMCP est un acteur clé du marché mondial du prêt à porter et des accessoires avec un portefeuille composé de trois marques françaises de mode contemporaine - *Sandro*, *Maje* et *Claudie Pierlot*. À fin décembre 2017, les marques de SMCP sont présentes dans 39 pays dans le monde avec plus de 1300 points de vente. Evelyne Chetrite et Judith Milgrom ont fondé respectivement Sandro et Maje à Paris, en 1984 et en 1998 et continuent à en assurer la direction artistique. Claudie Pierlot a été fondée en 1984 par Madame Claudie Pierlot et a été acquise par le groupe SMCP en 2009. SMCP est coté sur le marché réglementé d'Euronext (compartiment A, ISIN FRO013214145, Code Mnémonique : SMCP).

CONTACT INVESTISSEUR

celia.deverlange@smcp.com
pauline.roubin@smcp.com

CONTACT PRESSE

Brunswick - Hugues Boëton
+33 (0) 1 53 96 83 83
smcp@brunswickgroup.com