



Deuxième trimestre 2019

Communiqué de presse – Paris, le 25 juillet 2019

Solide accélération de la croissance des ventes au T2 2019 à +8,9% tcc, conforme aux attentes

Objectifs annuels 2019 confirmés

- Chiffres d'affaires T2 2019 en hausse de +10,1% à 265,7 millions d'euros en données publiées (+8,9% à taux de change constant)
- Croissance du chiffre d'affaires international de +13,7% à taux de change constant au T2 2019 notamment portée par la Chine continentale (>30% à taux de change constant) ; La France renoue avec la croissance
- Très bon développement des accessoires (croissance de +23,1% des ventes au S1 2019)
- Solide progrès dans le digital (+50 pb à 14,8% du chiffre d'affaires total au S1 2019), notamment tirée par la Chine continentale
- Confirmation des objectifs annuels 2019

Daniel Lalonde, Directeur général de SMCP, commente : « Nous sommes satisfaits du chiffre d'affaires du 2^{ème} trimestre qui, comme attendu, montre une solide accélération à +10,1%. Au 1^{er} semestre, nos marques ont lancé de magnifiques collections, ont ouvert de superbes magasins et ont continué de se focaliser sur les ventes non soldées. Nous avons également poursuivi l'exécution de nos priorités-clés pour 2019, concernant notamment l'excellence opérationnelle de notre réseau de distribution ou l'accélération de notre transformation digitale. Nous avons ainsi noué deux nouveaux partenariats, avec JD.com et Farfetch, qui viennent parfaitement compléter la présence digitale croissante du Groupe. Dans ce contexte, nous confirmons nos objectifs annuels pour 2019. »

En M€, sauf %	T2 2018	T2 2019	Croissance du CA à tcc.	Croissance du CA en publié	S1 2018	S1 2019	Croissance du CA à tcc.	Croissance du CA en publié
Chiffre d'affaires par région								
France	87,1	87,5	+0,5%	+0,5%	187,0	183,5	-1,8%	-1,8%
EMEA ¹	73,5	79,4	+7,5%	+8,0%	145,4	158,8	+8,7%	+9,2%
Amériques	31,0	37,0	+13,3%	+19,3%	60,3	68,7	+7,2%	+14,0%
APAC ²	49,6	61,8	+23,4%	+24,6%	100,6	129,3	+26,0%	+28,5%
Chiffre d'affaires par marque								
Sandro	118,1	129,9	8,6%	+10,0%	242,9	262,4	+6,4%	+8,0%
Maje	94,1	105,4	+10,7%	+12,0%	189,7	212,4	+10,3%	+11,9%
Claudie Pierlot	29,0	30,4	+4,5%	4,9%	60,7	65,6	+7,6%	+8,0%
TOTAL	241,3	265,7	+8,9%	+10,1%	493,3	540,3	+8,0%	+9,5%

tcc : Taux de change constant

¹ 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).

² 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).

CHIFFRE D'AFFAIRES DU PREMIER SEMESTRE 2019

Au premier semestre 2019, le chiffre d'affaires consolidé a atteint 540,3 millions d'euros, en hausse de +8,0% à taux de change constant, incluant une croissance du chiffre d'affaires à magasins comparables de -0,7% reflétant notamment un marché difficile en France et une croissance à magasins comparables positive à l'international.

La croissance du chiffre d'affaires en données publiées s'est élevée à +9,5%, intégrant un effet de change positif de +1,5pts. Au cours du semestre, SMCP a bénéficié du très bon développement de sa ligne accessoire (+23,1% de croissance du chiffre d'affaires) et de solides progrès dans le digital (+50pb à 14,8% du chiffre d'affaires total), notamment en Chine continentale.

Au cours de ces douze derniers mois, SMCP a réalisé 99 ouvertures nettes opérées en propre (DOS). Ces ouvertures concernent l'ensemble des régions internationales avec 50 DOS en APAC, 44 en EMEA et 11 dans la région Amériques. En parallèle, en France, le Groupe a continué à investir dans son réseau de magasin et a poursuivi l'optimisation de son réseau de distribution avec 6 fermetures-clés ciblées.

CHIFFRE D'AFFAIRES DU DEUXIEME TRIMESTRE 2019

Au deuxième trimestre 2019, le chiffre d'affaires consolidé a atteint 265,7 millions d'euros, en hausse de +8,9% à taux de change constant, soulignant une accélération séquentielle par rapport au premier trimestre 2019. Le chiffre d'affaires en données publiées s'est élevé à +10,1%, intégrant un effet de change positif de +1,2pts.

Répartition du chiffre d'affaires par région

En France, le chiffre d'affaires a renoué avec la croissance à +0,5%, porté par la contribution positive de Sandro et Maje, malgré des conditions de marché difficiles. SMCP a poursuivi l'exécution du plan d'optimisation de son réseau de magasins avec 6 fermetures nettes au cours de ces douze derniers mois telles que celle de Sandro Levallois-Perret, tout en continuant d'investir dans des localisations prisées telles que Saint Germain-des-Prés et St Tropez pour Claudie Pierlot.

Dans la région EMEA, SMCP a enregistré une croissance de +7,5% à taux de change constant, reflétant des tendances contrastées en Europe, notamment au Royaume-Uni, qui est impacté par les incertitudes liées au Brexit, et en Suisse qui a vu son tourisme baisser. En parallèle, les performances de l'Espagne, l'Italie et de l'Allemagne sont restées très dynamiques.

Dans la région Amériques, le Groupe a généré une croissance de son chiffre d'affaires de +13,3% à taux de change constant. Il s'agit d'une très belle performance compte tenu de la base de comparaison élevée (+27,1% au T2 2018) et des conditions de marché difficiles (poursuite du ralentissement du tourisme). SMCP a notamment bénéficié des résultats positifs de ses récentes ouvertures telles que Brickell City Center (Miami) et Pacific Center (Vancouver). Au Mexique, SMCP a ouvert 3 nouveaux points de vente à Polanco et Monterrey Punto Valle, soit un total de 13 magasins.

Dans la région APAC, le Groupe a une nouvelle fois enregistré une très forte croissance de son chiffre d'affaires à +23,4% à taux de change constant, contre une base de comparaison très élevée (+47,7% au T2 2018). Cette croissance a reflété le succès de la collection Printemps-Eté 2019 ainsi que des tendances très dynamiques en Chine continentale (plus de +30% de croissance du chiffre d'affaires à taux de change constant). En parallèle, la performance fût impactée par les manifestations qui se sont déroulées à Hong-Kong au mois de juin. En APAC, SMCP a également enregistré de très solides progrès sur le digital, avec notamment des résultats très prometteurs sur JD.com.

Répartition du chiffre d'affaires par marque

Sandro a enregistré une croissance du chiffre d'affaires de +8,6% à taux de change constant, soit une solide accélération par rapport au T1 2019. Au cours de ces douze derniers mois, Sandro a ouvert 61 magasins opérés en propre dans des localisations-clés telles que Monaco, MixC à Nanning (une nouvelle ville en Chine continentale) et un flagship au sein du Mall IFC (Hong Kong). Plus récemment, Sandro a annoncé une nouvelle étape dans son expansion digitale grâce à la signature d'un nouveau partenariat avec Farfetch qui contribuera à renforcer son positionnement haut de gamme, sa visibilité et sa notoriété à l'international.

Maje a généré une croissance forte de son chiffre d'affaires de +10,7% à taux de change constant, favorisée par le succès de sa collection Printemps-Eté 2019. Au cours de ces douze derniers mois, Maje a ouvert 53 points de vente opérés en propre dont Stockholm et MixC à Nanning.

Enfin, **Claudie Pierlot** a enregistré une croissance de son chiffre d'affaires de +4,5% à taux de change constant, impactée par le manque de pièces d'été légères au sein de sa collection Printemps-Eté et sa plus faible exposition aux marchés internationaux offrant une croissance plus forte. Au cours de ces douze derniers mois, la marque a poursuivi son développement avec l'ouverture de 23 points de vente opérés en propre dont 14 DOS à l'international telles que Florence (Italie) et Tianjing (Chine continentale).

OBJECTIFS 2019 CONFIRMES

SMCP confirme ses objectifs 2019. Le Groupe vise pour 2019 une croissance de son chiffre d'affaires comprise entre +9% et +11% à taux de change constant, ainsi qu'une marge d'EBITDA³ ajustée stable par rapport à 2018, en excluant l'acquisition de De Fursac.

³ Cet objectif est communiqué hors impact de l'application de la norme comptable IFRS 16, effective à partir de l'exercice 2019.

ANNEXES

Répartition des DOS

Nombre de DOS	S1-18	2018	T1-19	S1-19	Var. S1 19 vs T1 19	Var. S1 19 vs FY 18	Var. S1 19 vs S1 18
<u>Par région</u>							
France	487	482	476	481	+5	-1	-6
EMEA	341	364	372	385	+13	+21	+44
Amériques	135	148	144	146	+2	-2	+11
APAC	145	178	188	195	+7	+17	+50
<u>Par marque</u>							
Sandro	479	503	505	520	+15	+17	+41
Maje	382	409	414	423	+9	+14	+41
Claudie Pierlot	200	213	214	217	+3	+4	+17
Suite 341	47	47	47	47	-	-	-
Total DOS	1 108	1 172	1 180	1 207	+27	+35	+99

Répartition des POS

Nombre de POS	S1-18	2018	T1-19	S1-19	Var. S1 19 vs T1 19	Var. S1 19 vs FY 18	Var. S1 19 vs S1 18
<u>Par région</u>							
France	487	482	476	481	+5	-1	-6
EMEA	450	480	491	504	+13	+24	+54
Amériques	157	174	176	181	+5	+7	+24
APAC	287	330	342	352	+10	+22	+65
<u>Par marque</u>							
Sandro	611	646	653	672	+19	+26	+61
Maje	504	538	549	557	+8	+19	+53
Claudie Pierlot	219	235	236	242	+6	+7	+23
Suite 341	47	47	47	47	-	-	-
Total POS	1 381	1 466	1 485	1 518	+33	+52	+137
dont POS partenaires	273	294	305	311	+6	+17	+38

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).

<p>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.</p>
--

À PROPOS DE SMCP

SMCP est un des leaders mondiaux du marché du luxe accessible du prêt-à-porter avec un portefeuille composé de trois marques françaises de mode contemporaine - Sandro, Maje et Claudie Pierlot. Présent dans 40 pays avec 1,466 points de vente, SMCP a généré un chiffre d'affaires d'1 milliard d'euros en 2018. 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 FR0013214145, Code Mnémonique : SMCP).

CONTACTS

INVESTISSEURS/PRESSE

SMCP
Célia d'Everlange
Pauline Roubin

+33 (0) 1 55 80 51 00
celia.deverlange@smcp.com
pauline.roubin@smcp.com

PRESSE

Brunswick
Hugues Boëton
Tristan Roquet Montegon

+33 (0) 1 53 96 83 83
smcp@brunswickgroup.com